

Jak prowadzić biznes zgodnie z Polskim Aktem o Dostępności

Podręcznik dla przedsiębiorców

Warszawa, listopad 2025

Spis treści

Słowo wstępu	7
I. Dostępność w biznesie	9
Co to jest dostępność i kto z niej korzysta	10
Dostępność jako szansa dla biznesu	11
II. Kogo i czego dotyczy Polski Akt o Dostępności?	14
Kogo dotyczy ustawa?	15
Produkty i usługi objęte ustawą	16
Od kiedy trzeba zapewniać dostępność?	
Czy są okresy przejściowe na dostosowanie się do nowych obowiązków?	18
III. Przegląd wymagań dostępności produktów i usług	20
Czym są wymagania dostępności? Co może być pomocne w ich spełnianiu?	21
Wymagania dostępności dla produktów	22
Wymagania dostępności dla usług	28
Kryteria funkcjonalne	33
Czy są wyjątki od zapewniania dostępności?	34
IV. Obowiązki podmiotów gospodarczych w zakresie dostępności	37
Producent.....	38
Importer	43
Dystrybutor.....	45
Usługodawca	46
V. Jakie prawa ma konsument i jak od strony praktycznej wygląda nadzór rynku	50
Uprawnienia konsumentów, gdy produkt lub usługa są niedostępne	51
Nadzór i kontrola dostępności produktów i usług.....	53
Kary finansowe za nieprzestrzeganie wymagań dostępności produktów i usług	55
VI. Dobra praktyka – dostępny marketing	57
Marketing tradycyjny.....	58
Marketing cyfrowy	60
Marketing bezpośredni i B2C.....	61

VII. Środki na większą dostępność – wsparcie z Funduszy Europejskich....	64
Preferencyjne pożyczki na dostępność	65
Dotacje na szkolenia i doradztwo	66
Dotacje na innowacje	66
VIII. Polityka spójności dla wszystkich – dostępność jako zasada i cel	68
Dostępność jako zasada w zapewnianiu równości szans i niedyskryminacji	69
Jak dostępność wpisuje się w politykę spójności	70
Standardy dostępności 2021–2027	70
Kontrola i monitorowanie	71
Krótkie podsumowanie	72

Opracowanie: dr Edyta Zduńska-Leseux

Na zlecenie: Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej, Departamentu Spraw Europejskich i Współpracy Międzynarodowej w ramach projektu PTFE.02.01-IZ.00-0002/24 „Wsparcie beneficjentów polityki spójności w zakresie dostępności”

Redakcja merytoryczna: Kaja Mielicka, Marta Leśnicka, Zuzanna Raszkowska, Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej, Departament Spraw Europejskich i Współpracy Międzynarodowej

Słowo wstępu

Dla kogo jest ten podręcznik?

28 czerwca 2025 r. wszedł w życie tzw. Polski Akt o Dostępności, czyli ustawa z 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze. Nowe przepisy zobowiązują przedsiębiorców do zapewniania dostępności wybranych produktów i usług – takich, które umożliwiają każdemu codzienną komunikację, zakupy, zarządzanie finansami, pracę, naukę, dostęp do rozrywki czy kultury. Od tej pory muszą być one projektowane w taki sposób, aby mogła z nich skorzystać samodzielnie jak największa liczba osób – niezależnie od wieku, sprawności czy umiejętności technologicznych.



Warto wiedzieć

Polski Akt o Dostępności wdrożył do polskiego prawa unijną dyrektywę, tzw. Europejski Akt o Dostępności. Od 28 czerwca 2025 r. nowe obowiązki w zakresie dostępności zaczęły zatem obowiązywać we wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej.

Ten podręcznik kierujemy do przedsiębiorców działających w Polsce – producentów, upoważnionych przedstawicieli, importerów, dystrybutorów i usługodawców – którzy oferują produkty i usługi objęte ustawą oraz podlegają nowym obowiązkom w zakresie dostępności.

Chcemy, aby ta publikacja:

- w prosty sposób wyjaśniła, czym jest dostępność i dlaczego warto uwzględnić ją w praktyce biznesowej,
- pomogła krok po kroku poznać i zrozumieć nowe obowiązki związane z zapewnianiem dostępności.

Znajdują się w niej także:

- dobre praktyki, takie jak zapewnianie dostępności działań marketingowych,
- informacje, jak otrzymać wsparcie na poprawę dostępności z Funduszy Europejskich,
- wyjaśnienie, dlaczego należy stosować zasadę dostępności, realizując projekty współfinansowane z Funduszy Europejskich.

Podręcznik nie jest wykładnią prawa, więc nie należy traktować go jako wiążącej interpretacji przepisów ustawy. Przykłady i wskazówki w zakresie zapewniania dostępności opisane w tym podręczniku to wyłącznie poglądowe inspiracje. Nie stanowią one zestawu działań gwarantujących zgodność z przepisami ustawy.

Każdy przedsiębiorca powinien samodzielnie ocenić, w jakim zakresie przepisy go dotyczą i jakie działania powinien podjąć, aby prawidłowo spełnić wszystkie obowiązki określone w ustawie.

Podręcznik powstał w oparciu o aktualne na dzień jego publikacji przepisy i interpretacje. W przyszłości będziemy uzupełniać wiedzę w nim zebraną o nowe informacje. Warto równocześnie śledzić aktualności na temat Polskiego Aktu o Dostępności, ale również pozostałych ustaw na rzecz dostępności oraz innych ważnych inicjatyw, na portalu: www.dostepnosc.gov.pl.

Rozdział I

Dostępność w biznesie



Co to jest dostępność i kto z niej korzysta?

Dostępność oznacza, że produkty, usługi, przestrzeń fizyczna czy informacje są tak zaprojektowane i zbudowane, żeby mogła z nich skorzystać jak największa liczba osób – bez konieczności codziennego mierzenia się z barierami technologicznymi i niepotrzebnymi trudnościami w obsłudze lub użytkowaniu.

Chodzi o to, żeby dostrzec i zrozumieć, że użytkownicy produktów i usług są różni. Mogą mieć różną sprawność, być w różnym wieku i znajdować się w różnych sytuacjach życiowych. Wśród nich mogą być osoby niewidome, słabowidzące, niesłyszące, słabosłyszące albo takie, które mają trudności z poruszaniem się. To również osoby z niepełnosprawnościami poznawczymi, a także osoby neuroróżnorodne, np. z dysleksją, dyskalkulią, w spektrum autyzmu lub z ADHD. To osoby po urazach, które mają czasowo ograniczoną sprawność, np. z powodu złamania ręki czy niedawno przebytej operacji. To kobiety w ciąży i rodzice z małymi dziećmi. To też seniorzy, którzy często napotykają na podobne trudności co osoby z niepełnosprawnościami oraz mogą mieć problemy z obsługą skomplikowanych technologii. W tej grupie znajdują się również osoby podróżujące, obcokrajowcy i osoby mające trudności językowe.



Projektując produkty i usługi, przedsiębiorcy powinni brać pod uwagę te różne potrzeby i pokazywać, że zależy im na wszystkich klientach – bez względu na ograniczenia funkcjonalne, czasowe czy stałe, których może doświadczać każda osoba na różnych etapach życia. Powinni zadbać o to, żeby odbiorca mógł łatwo zrozumieć ich ofertę, skontaktować się z nimi i w pełni skorzystać z tego, co oferują. To właśnie jest dostępność. Ona służy wszystkim. Rozwiązania zaprojektowane z myślą o użytkownikach z niepełnosprawnościami mają dobrą jakość, są uniwersalne, proste i intuicyjne w użyciu. Takie podejście do projektowania na pewno poprawi komfort użytkowania produktów i usług każdej osobie, na przykład:

- podczas korzystania z telefonu w słońcu, kiedy nie widzi ona wyraźnie ekranu,
- kiedy znajduje się w hałaśliwym otoczeniu i trudno jej się skupić oraz zrozumieć komunikaty głosowe,
- gdy po prostu spieszy się lub jest zmęczona i zależy jej na szybkim i prostym załatwieniu spraw.

Dostępność jako szansa dla biznesu

1. Dostępność to dotarcie do większej liczby klientów

Niektórzy przedsiębiorcy być może nie zdają sobie sprawy, że część osób, które mijają ich lokal albo odwiedzają ich stronę internetową, nie może skorzystać z oferty z powodu różnych barier: komunikacyjnych, informacyjnych czy technologicznych.



Czym jest bariera dostępności?

Bariera dostępności to każda cecha produktu, usługi lub sposobu komunikacji, która utrudnia lub uniemożliwia części użytkowników ich pełne i komfortowe wykorzystanie. Może to być fizyczna przeszkoda, jak schody bez poręczy, ale także bariera cyfrowa (np. brak opisów alternatywnych do grafik, tekst o zbyt małym kontraście czy formularz, którego nie można obsłużyć za pomocą klawiatury). Bariery te nie muszą wynikać ze złej woli, lecz często są efektem nieuwzględnienia zróżnicowanych potrzeb użytkowników.

Zgodnie z wynikami Europejskiego Badania Warunków Życia Ludności (EU-SILC), przeprowadzanego każdego roku przez Eurostat, w 2024 r. 22,1% mieszkańców Polski w wieku 16 lat i więcej zadeklarowało trwałe ograniczenia w codziennym funkcjonowaniu z powodu stanu zdrowia¹. W praktyce oznacza to, że nawet co czwarty klient może mieć trudność z przeczytaniem informacji zapisanych drobnym drukiem, obsługą formularza na stronie internetowej, odbyciem rozmowy telefonicznej albo zrozumieniem tekstu sformułowanego językiem specjalistycznym. Szacuje się, że w Polsce nawet 7,7 mln osób odczuwa ograniczenia sprawności. Wśród przedsiębiorców często występuje niedostateczna świadomość skali wykluczenia, bo większość niepełnosprawności jest niewidoczna².

¹ Eurostat, Population with self-perceived long-standing limitations in usual activities due to health problem, by sex, age and country of residence, EU-SILC 2024, dane dla Polski, populacja 16 lat i więcej – 22,1%.

² Nie ma dokładnych danych, ale w różnych opracowaniach szacuje się, że nawet 75% niepełnosprawności jest niewidocznych. Wiele osób cierpi na przewlekłe „niewidoczne” schorzenia, takie jak problemy z kręgosłupem, łagodne zaburzenia poznawcze, niepełnosprawność psychospołeczna, przewlekły ból, chroniczne zmęczenie, zaburzenia wzroku i słuchu.

Dodatkowo można zaobserwować wzrost odsetka osób starszych. W Polsce liczba ta wzrasta szybciej niż w większości krajów UE³. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w 2023 r. osoby w wieku 60 lat i więcej stanowiły ponad 26% społeczeństwa⁴. Według prognozy GUS, w 2030 r. osoby w wieku 60 lat i więcej będą stanowiły około 29% populacji Polski, a w 2050 r. – około 40%⁵. To grupa z dużym potencjałem konsumenckim, często lojalna wobec marek, które uwzględniają ich potrzeby. Seniorzy chętnie korzystają z technologii, ale oczekują prostych interfejsów, czytelnych treści i wysokich kontrastów. Dostosowanie produktów oraz usług do ich potrzeb może otworzyć przedsiębiorcom dostęp do nowego, rosnącego i stabilnego w decyzjach zakupowych segmentu rynku.

Firmy, których oferta jest dostępna i można w prosty sposób z niej skorzystać, zyskują nie tylko bezpośredniego klienta, ale także jego wsparcie i rekomendacje wśród rodziny, opiekunów czy znajomych. Dostępność buduje zaufanie – osoby, które czują, że ich potrzeby są zauważone i spełnione, nie tylko chętnie wracają, ale też polecają daną firmę dalej. Jeśli więc przedsiębiorca odpowiednio zadba o dostępność, grono jego klientów może się znacznie poszerzyć. Im więcej osób poczuje się zauważonych i docenionych, tym większe szanse na rozwój działalności firmy.

2. Dostępność to atrakcyjność dla partnerów biznesowych

Warto wziąć pod uwagę, że małe, średnie i duże firmy oraz mikroprzedsiębiorstwa obracające produktami są zobowiązane do zapewniania dostępności na mocy Polskiego Aktu o Dostępności. Będą one zatem szukać takich partnerów biznesowych i podwykonawców w łańcuchach dostaw, którzy również oferują dostępne produkty i usługi. Zwracanie uwagi na dostępność to także element odpowiedzialności społecznej, która jest standardem wpisanym w politykę wielu firm. Brak podstawowych działań w tym zakresie może już na starcie utrudnić firmie zawieranie i utrzymanie relacji biznesowych.

Należy pamiętać, że nowe przepisy dotyczące dostępności obowiązują nie tylko w Polsce, ale też w całej Unii Europejskiej. Jeśli przedsiębiorca chce rozwijać działalność za granicą, sprzedawać swoje produkty lub oferować i świadczyć usługi w innych krajach UE – dostępność znacznie ułatwi mu start, pozyskiwanie zagranicznych klientów oraz konkurowanie z wieloma firmami, które już teraz spełniają wymagania dostępności.

3 Rządowa Rada Ludnościowa, Sytuacja demograficzna Polski. Raport 2023–2024, Warszawa 2025.

4 Główny Urząd Statystyczny, Sytuacja osób starszych w Polsce w 2023 r., Warszawa 2024.

5 Główny Urząd Statystyczny, Sytuacja osób starszych w Polsce w 2021 r., Warszawa 2022.

3. Dostępność to obowiązkowy element zamówień publicznych

Dostępność jest obowiązkowa dla firm, które chcą współpracować z instytucjami publicznymi, realizując zamówienia publiczne. Zgodnie z art. 100 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych⁶ oraz art. 3 ust. 3 Polskiego Aktu o Dostępności, nowe wymagania dostępności produktów i usług będą miały zastosowanie do wszystkich zamówień publicznych, które mają służyć osobom fizycznym, czyli każdemu. Co to oznacza? Jeśli produkty lub usługi nie będą spełniały wymagań dostępności, dany przedsiębiorca nie będzie mógł brać udziału w licznych postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego, a zatem straci szansę na środki publiczne, które bardzo często są wykorzystywane w rozwoju wielu firm.

4. Dostępność to silniejsza marka

Dostępność buduje wizerunek przedsiębiorcy jako odpowiedzialnego, prowadzącego swój biznes świadomie, z myślą o różnych klientach, nie tylko tych „statystycznych”, „typowych” czy „idealnych”. Buduje renomę marki, której można zaufać. A zaufanie to jeden z najważniejszych powodów, dla których ludzie wracają do tego, a nie innego przedsiębiorcy, lub polecają go innym. Dostępność wzmocni pozytywne postrzeganie firmy, która odtąd będzie jeszcze mocniej kojarzona z profesjonalizmem, szacunkiem do klienta i nowoczesnym podejściem do prowadzenia biznesu.

Warto też pamiętać, że wiele rozwiązań poprawiających dostępność usprawnia codzienne funkcjonowanie firmy. Zrozumiałe i czytelne opisy produktów oraz instrukcje, które można przeczytać albo odsłuchać, pomagają wszystkim szybciej zrozumieć, jak działa produkt lub usługa, a także zmniejszają liczbę pytań i nieporozumień. Klient czuje się pewniej i bezpieczniej, bo wie, co kupuje i jak z tego korzystać – przedsiębiorca ma mniej reklamacji. Dobrze oznaczony lokal usługowy sprawia, że klient bez problemu trafi na miejsce. Przejrzyste regulaminy oraz prosty język w komunikacji ograniczają liczbę spornych sytuacji. Klienci wiedzą, na jakich zasadach działa firma i rzadziej mają wątpliwości. Strona internetowa, która prawidłowo działa na urządzeniach mobilnych i nie przytłacza informacjami, to dziś podstawa dobrej obsługi – nawet w niewielkim lokalnym biznesie. Wszystko to razem przekłada się na lepsze doświadczenie klienta, a to kluczowy element budowania silnej marki.

6 Dz. U. z 2024 r. poz. 1320 z późn. zm.

Rozdział II

Kogo i czego dotyczy Polski Akt o Dostępności?



Kogo dotyczy ustawa?

Nowe obowiązki w zakresie dostępności dotyczą tych podmiotów gospodarczych, które oferują produkty lub usługi wymienione w Polskim Akcie o Dostępności (czyli ustawie o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze).

W przypadku zapewniania dostępności produktów, chodzi o przedsiębiorców w całym łańcuchu dostaw – od wytwarzania produktu, przez jego dostarczenie na rynek, aż po sprzedaż klientowi końcowemu, czyli:



producentów – podmiotów, które wytwarzają produkty objęte Polskim Aktem o Dostępności lub zlecają ich zaprojektowanie albo wytworzenie, a następnie wprowadzają je do obrotu i sprzedają na rynku pod własną nazwą lub znakiem towarowym,



upoważnionych przedstawicieli – przedsiębiorców, którzy działają na terenie Unii Europejskiej w imieniu producenta objętego ustawą na podstawie pisemnego pełnomocnictwa do wykonywania określonych czynności,



importerów – podmiotów, które wprowadzają do obrotu na terenie Unii Europejskiej produkt wymieniony w ustawie, który pochodzi spoza UE albo Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu (EFTA),



dystrybutorów – przedsiębiorców, którzy, nawet jeśli nie są producentem ani importerem danego produktu objętego ustawą, udostępniają taki produkt na rynku.

Ustawa obejmuje również **usługodawców**, którzy oferują lub świadczą w Unii Europejskiej usługi wymienione w ustawie.



Kto jest wyłączony ze stosowania ustawy?

Mikroprzedsiębiorcy (czyli firmy, które zatrudniają mniej niż 10 pracowników, a ich roczny obrót wynosi poniżej 2 milionów euro), którzy świadczą usługi objęte ustawą, są zwolnieni z obowiązku zapewniania dostępności.

Produkty i usługi objęte ustawą

Polski Akt o Dostępności zobowiązuje przedsiębiorców do zapewnienia dostępności takich produktów i usług, które są najczęściej używane na co dzień – na przykład podczas robienia zakupów i dokonywania płatności, w trakcie podróży, spędzania czasu wolnego czy przy kontaktowaniu się z rodziną i znajomymi. Dlatego tak ważne jest, aby osoby ze szczególnymi potrzebami, a przede wszystkim osoby z niepełnosprawnościami, mogły korzystać z nich na równi z innymi – bez barier, ograniczeń czy potrzeby proszenia o pomoc.

Zgodnie z ustawą producenci, upoważnieni przedstawiciele, importerzy i dystrybutorzy muszą zapewniać dostępność następujących produktów:



komputerów konsumenckich
(np. komputerów stacjonarnych, laptopów, tabletów czy smartfonów) i ich systemów operacyjnych,



terminali płatniczych
(chodzi o terminale w stacjonarnych sklepach, lokalach usługowych i w wielu innych miejscach, w których dokonywane są płatności za różne produkty lub usługi – nie tylko te objęte ustawą),



terminali samoobsługowych,
tj. bankomatów i wpłatomatów, automatów biletowych, urządzeń do odprawy samoobsługowej oraz interaktywnych terminali informacyjnych,



urządzeń umożliwiających dostęp do usług telekomunikacyjnych,
np. telefonów, routerów, modemów,



urządzeń umożliwiających dostęp do audiowizualnych usług medialnych,
np. telewizorów, dekodatorów, odtwarzaczy multimedialnych,



czytników książek elektronicznych
(zarówno sprzętu, jak i oprogramowania, które jest przeznaczone do dostępu i korzystania z książek elektronicznych).

Ustawa dotyczy również usługodawców, którzy oferują lub świadczą:



usługi telekomunikacyjne, takie jak usługi telefoniczne (w tym łączność alarmową) oraz internetowe, przy czym nie dotyczy to komunikacji pomiędzy maszynami, np. automatycznego przesyłania danych między czujnikami a serwerem (przykładowo systemy bezpieczeństwa w budynkach, które automatycznie raportują alarmy do centrum monitoringu),



usługi dostępu do audiowizualnych usług medialnych, np. platformy streamingowe, usługi „wideo na żądanie” (VOD – video on demand) lub dostęp do kanałów telewizyjnych przez Internet,



usługi cyfrowe w transporcie pasażerskim (autobusowym, autokarowym, wodnym, lotniczym i kolejowym), tj. strony internetowe, aplikacje mobilne, bilety elektroniczne i elektroniczne systemy sprzedaży biletów, dostarczanie informacji o usłudze transportu (w tym informacji o podróży w czasie rzeczywistym) przez systemy informacji pasażerskiej oraz interaktywne terminale samoobsługowe,



usługi bankowości detalicznej, tj. usługi w zakresie pieniądza elektronicznego, usługi płatnicze i powiązane z rachunkiem płatniczym, umowy o kredyt konsumencki i hipoteczny oraz usługi maklerskie,



usługi rozpowszechniania książek elektronicznych (dotyczy to zarówno tworzenia książek elektronicznych, jak również ich oferowania oraz sprzedaży w Internecie lub przez aplikacje mobilne),



usługi handlu elektronicznego, czyli sprzedaż na stronach internetowych oraz w aplikacjach mobilnych wszelkich produktów i usług, również tych, które same w sobie nie są objęte ustawą.

Lista produktów i usług, które muszą spełniać wymagania dostępności znajduje się w art. 3 ustawy. Z kolei w art. 5 ustawy określono definicje poszczególnych produktów i usług.

Od kiedy trzeba zapewniać dostępność?

Czy są okresy przejściowe na dostosowanie się do nowych obowiązków?

Przepisy Polskiego Aktu o Dostępności zaczęły obowiązywać 28 czerwca 2025 r. Od tej daty wprowadzane do obrotu (czyli po raz pierwszy udostępniane na rynku) produkty oraz oferowane i świadczone usługi, które są objęte przepisami ustawy, muszą być co do zasady zgodne z wymaganiami dostępności. Istnieje jednak kilka wyjątków oraz okresów przejściowych, które ułatwiają przedsiębiorcom dostosowanie działalności do nowych obowiązków.

Po pierwsze, nie trzeba dostosowywać do wymagań dostępności produktów, które zostały wprowadzone do obrotu przed wejściem w życie ustawy, czyli przed 28 czerwca 2025 r. Takie produkty mogą pozostać w sprzedaży na dotychczasowych zasadach, bez konieczności ich modernizacji czy wycofania z rynku. Podobne warunki dotyczą umów na świadczenie usług zawartych przed tą datą – mogą one obowiązywać w obecnej formie i treści aż do czasu ich wygaśnięcia, jednak nie dłużej niż do 28 czerwca 2030 r. Ale jeśli zawierane są nowe umowy z klientami, to zgodnie z przepisami usługi muszą spełniać wymagania dostępności już teraz. Dobrą praktyką jest traktowanie wszystkich klientów jednakowo. Jeśli usługodawca oferuje tę samą usługę zarówno osobom, które zawarły umowę przed 28 czerwca 2025 r., jak i po tej dacie, najlepiej, aby przygotował jedną wersję usługi dostępną dla wszystkich – niezależnie od tego, kiedy podpisali umowę.

Ustawa pozwala również na dłuższe świadczenie usług z wykorzystaniem produktów niespełniających wymagań dostępności – aż do 28 czerwca 2030 r. – pod warunkiem że produkty te były używane już przed wejściem w życie ustawy i służyły tej samej usłudze. Jeśli przedsiębiorca po tej dacie zamierza nadal oferować i świadczyć daną usługę, będzie musiał korzystać z produktów zgodnych z Polskim Aktem o Dostępności. Dlatego warto, żeby usługodawcy już teraz sprawdzili, z jakich produktów korzystają i zaplanowali ewentualne zmiany z odpowiednim wyprzedzeniem.

Szczególny, dłuższy okres przejściowy dotyczy terminali wykorzystywanych do świadczenia usług, jeśli zaczęły być używane przed 28 czerwca 2025 r. Mogą one być dalej wykorzystywane bez konieczności dostosowywania do wymagań dostępności aż do końca ich ekonomicznej użyteczności, jednak nie dłużej niż przez 20 lat od dnia rozpoczęcia ich użytkowania. Oznacza to, że nie ma obowiązku natychmiastowej wymiany tego rodzaju sprzętu, ale przy każdej nowej inwestycji należy już wybierać terminale zgodne z wymaganiami dostępności.

Ustawa wprowadza także pewne wyłączenia w zakresie zapewniania dostępności treści cyfrowych opublikowanych na stronach internetowych i w aplikacjach mobilnych przed 28 czerwca 2025 r. Nie ma obowiązku dostosowywania do wymagań dostępności treści multimedialnych (takich jak filmy, podcasty, webinary, nagrania konferencji itd.) oraz plików dokumentów (niezależnie od ich formatu) opublikowanych przed dniem wejścia w życie ustawy, a także treści zarchiwizowanych, które nie były aktualizowane ani edytowane od dnia wejścia w życie ustawy. Trzeba jednak pamiętać, że wszystkie nowe treści, a także wszelkie aktualizacje wprowadzane od 28 czerwca 2025 r., muszą już być zgodne z wymaganiami ustawy.

Warto też zwrócić uwagę na art. 4 Polskiego Aktu o Dostępności, w którym przewidziano kilka wyjątków od stosowania wymagań dostępności. Dotyczą one m.in. elementów takich jak: mapy interaktywne na stronach internetowych i w aplikacjach mobilnych, treści niezależnych od przedsiębiorców, a także usług komunikacji miejskiej oraz przewozów o charakterze gminnym, metropolitalnym, powiatowym, powiatowo-gminnym i wojewódzkim.

Rozdział III

Przegląd wymagań dostępności produktów i usług



Czym są wymagania dostępności? Co może być pomocne w ich spełnianiu?

Dostępność – powtórzmy – to zbiór cech i właściwości, które sprawiają, że produkty i usługi są proste, intuicyjne oraz wygodne w obsłudze, tak aby jak największa liczba osób mogła korzystać z nich swobodnie i samodzielnie.

Wymagania dostępności w Polskim Akcie o Dostępności to zbiór prawnie wiążących wytycznych wskazujących, jak osiągnąć dostępność wybranych produktów i usług.

Określone w ustawie wymagania nie narzucają szczegółowych parametrów ani konkretnych rozwiązań technologicznych, które trzeba zastosować w produkcji lub usługach. Mają one charakter funkcjonalny – określają cele, jakie powinny zostać osiągnięte, pozostawiając przedsiębiorcom swobodę w sposobie ich realizacji. Takie podejście pozwala na zastosowanie rozwiązań jak najlepiej dostosowanych do charakteru produktu lub usługi. Umożliwia też reagowanie na zmiany technologiczne i wdrażanie nowoczesnych, innowacyjnych rozwiązań, odpowiadających na potrzeby różnorodnych użytkowników.

W kolejnym podrozdziale tego podręcznika znajduje się przegląd i krótki opis wymagań dostępności. Aby poznać techniczne rozwiązania, które można zastosować w celu spełnienia tych wymagań, zachęcamy do zajrzenia do **Wytycznych „Jak zapewnić dostępność produktów i usług”**, przygotowanych przez Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON). Dużą pomocą może być też stosowanie norm zharmonizowanych wydawanych przez europejskie instytucje normalizacyjne, w szczególności normy **EN 301 549** określającej dostępność produktów i usług związanych z technologiami informacyjno-komunikacyjnymi. Norma ta jest regularnie aktualizowana, żeby uwzględniać nowe wymagania dostępności⁷.

Pomocne w interpretacji i stosowaniu wymagań dostępności mogą być również Rekomendacje Rady Dostępności, opracowane przez działającą przy Radzie grupę roboczą ds. wdrażania ustawy. Na dzień publikacji tego podręcznika Rada przyjęła **pierwsze sześć rekomendacji**. Kolejne będziemy na bieżąco zamieszczać na stronie internetowej Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej (MFiPR).

⁷ Na dzień publikacji tego podręcznika nie ma dostępnej aktualizacji normy EN 301 549, która powinna objąć nowe wymagania Europejskiego Aktu o Dostępności. Oczekiwane są także nowe normy do elementów spoza przestrzeni cyfrowej, takich jak dostępność niecyfrowych informacji związanych z produktami, dostępność usług wsparcia związanych z produktami i usługami (centrów pomocy technicznej, centrów obsługi telefonicznej, usług przekazu i usług szkoleniowych) oraz dostępność i interoperacyjność łączności alarmowej.

Wymagania dostępności dla produktów

Dostępna informacja o produkcie

Zgodnie z ustawą dostępność zaczyna się od informacji o produkcie – dlatego, że to właśnie zapoznanie się z etykietą i oznaczeniami na produktach czy opisami na stronach internetowych jest często pierwszym momentem, w którym potencjalny klient spotyka się z urządzeniem. Jeśli od razu zrozumie, do czego służy produkt i jak go używać, nie musząc przy tym prosić nikogo o pomoc, z pewnością zbuduje pierwsze pozytywne wrażenie o marce i chętniej ją wybierze. Dlatego tak ważne jest, aby informacje o produkcie były nie tylko kompletne, ale również czytelne i łatwo zrozumiałe dla każdego – niezależnie od tego, czy ktoś ma problemy ze wzrokiem, korzysta z narzędzi wspomagających, czy po prostu napotyka trudności w zrozumieniu specjalistycznego języka technicznego.

Przyglądając się szczegółom wymagań ustawowych, trzeba zadbać o dostępność wszelkiego rodzaju **instrukcji, etykiet i ostrzeżeń, które są zamieszczone w produkcie, na produkcie lub na jego opakowaniu**. Co to oznacza?

- zapewnienie, aby informacje te można było odebrać za pomocą więcej niż jednego zmysłu. Dzięki temu osoby, u których jeden ze zmysłów (np. wzrok) funkcjonuje gorzej, również będą mogły samodzielnie zapoznać się z treścią. Przykładowo warto zadbać o dodatkowe oznaczenia w postaci wypukłych znaków, napisy w alfabecie Braille'a lub o komunikaty w wersji audio, które umożliwią odbiór informacji osobom z niepełnosprawnością wzroku,
- przedstawienie treści w sposób jasny i łatwy do zrozumienia. Język komunikatów powinien być jak najlepiej dostosowany do odbiorcy. Jeśli produkt skierowany jest do szerokiego grona użytkowników, należy unikać technicznego żargonu i zadbać o możliwie proste komunikaty. Tak, aby osoby, które nie mają specjalistycznej wiedzy technologicznej, mogły bez problemu zrozumieć, jak z niego korzystać,
- zapewnienie, żeby informacje były czytelne i przejrzyste – trzeba zadbać o odpowiedni rozmiar i styl czcionki, kontrast tekstu względem tła oraz odstępy między literami, wierszami i akapitami. Ułatwi to odbiór informacji osobom ze słabszym wzrokiem, seniorom, a także wszystkim, którzy będą próbowali zapoznać się z informacjami w mniej sprzyjających warunkach, np. przy ciemniejszym lub zbyt jasnym świetle.

Jeśli instrukcje dotyczące użytkowania produktu nie znajdują się w/na produkcie lub na jego opakowaniu, muszą być publicznie dostępne w inny sposób, np. na stronie internetowej. W takim przypadku w/na produkcie lub na jego opakowaniu trzeba umieścić wyraźną informację, gdzie dokładnie można znaleźć te materiały (np. podać adres strony lub kod QR, który do niej przekierowuje). **Instrukcje dostępne online** również muszą być zgodne z zasadami dostępności. Co to oznacza?

- podobnie jak w instrukcji w formie fizycznej – zadbanie, by treść była zrozumiała, czytelna i możliwa do odebrania za pomocą więcej niż jednego zmysłu,

- zapewnienie alternatywy dla treści nietekstowych – elementy takie jak schematy, wykresy czy grafiki powinny być przedstawione także w formie opisu tekstowego lub w wersji dźwiękowej,
- opisanie interfejsu użytkownika, tak aby każdy mógł zrozumieć, jak obsługiwać produkt i jego oprogramowanie,
- podanie informacji, czy produkt spełnia wymagania dostępności i w jaki sposób – wskazanie konkretnych rozwiązań, które zostały w tym celu zastosowane,
- zapewnienie opisu oprogramowania i sprzętu współpracującego z narzędziami wspomagającymi oraz podanie listy takich narzędzi, z którymi produkt został przetestowany.

Pełna lista wymagań dostępności dla instrukcji, etykiet i ostrzeżeń jest określona w art. 7 Polskiego Aktu o Dostępności.

OGÓLNE WYMAGANIA DLA PRODUKTU I INTERFEJSU UŻYTKOWNIKA

Projektując produkt, warto pamiętać, że będą z niego korzystać różni użytkownicy – w tym osoby starsze oraz z różnymi rodzajami niepełnosprawności, np. z ograniczeniami ruchowymi, słuchowymi, wzrokowymi lub poznawczymi. Każdy z nich może mieć inne potrzeby i możliwości fizyczne, percepcyjne czy poznawcze, dlatego produkt powinien oferować różne opcje interakcji i obsługi, tak aby nikt nie był wykluczony z jego użytkowania. Zgodnie z ustawą produkty, w tym interfejsy użytkownika, powinny zapewniać:



różne opcje komunikacyjne. Oznacza to zagwarantowanie, że użytkownik może komunikować się z urządzeniem i odbierać informacje za pomocą więcej niż jednego zmysłu. Trzeba więc dodać opcje alternatywne dla słuchu (np. komunikaty tekstowe, proste symbole, wibracje), wzroku (np. komunikaty dźwiękowe, oznaczenia dotykowe), dotyku (np. sterowanie głosowe, elementy wizualne) i dla mowy (np. elementy wizualne, sterowanie za pomocą przycisków);



czytelność elementów wizualnych. Należy zadbać o to, żeby produkt umożliwiał regulację jasności i kontrastu, powiększanie obrazu oraz żeby elementy wizualne były odpowiednio wyraziste;



alternatywę dla kolorów. Jeśli w produkcie kolor używany jest do przekazywania informacji (np. czerwony kolor oznacza błąd, a zielony potwierdzenie), należy uwzględnić, by te informacje były zapewniane również w innej formie (np. w postaci prostych symboli lub tekstu). To pomoże poprawnie zrozumieć komunikat osobom z zaburzeniami widzenia barw;



sterowanie elementami dźwiękowymi. Jeśli produkt odtwarza dźwięki, trzeba umożliwić użytkownikowi sterowanie głośnością i szybkością ich odtwarzania. Należy też zadbać o czystość i wyrazistość dźwięku oraz o zmniejszenie zakłóceń pochodzących od pobliskich urządzeń;



ułatwienia w obsłudze manualnej. Jeśli produkt wymaga obsługi ręcznej (np. naciskania przycisków, przeciągania palcem) oraz sterowania, trzeba zadbać o to, żeby mogły z niego swobodnie korzystać także osoby z ograniczoną sprawnością rąk czy palców. Należy wprowadzić sterowanie sekwencyjne i unikać sytuacji, w których użytkownik musi jednocześnie używać dwóch przycisków czy wykonywać kilka czynności naraz. Dobrym rozwiązaniem jest umożliwienie sterowania jedną ręką, bez konieczności wykonywania skomplikowanych lub precyzyjnych ruchów. Ważne jest również, aby przyciski były możliwe do rozróżnienia za pomocą dotyku (np. różniły się kształtem, rozmiarem i fakturą), co ułatwi nawigację osobom z niepełnosprawnością wzroku;



brak konieczności dużego wysiłku fizycznego. Produkty nie mogą wymagać od użytkownika dużej siły fizycznej ani **wykonywania ruchów o szerokim zasięgu**. Przykładowo, jeśli produkt ma interaktywny ekran, trzeba zadbać o to, aby użytkownik nie musiał przeciągać elementów na długą odległość ani naciskać ich z dużą siłą;



ograniczenia prawdopodobieństwa wywołania ataków padaczki fotogennej. Należy zagwarantować bezpieczeństwo użytkowników wrażliwych na bodźce wzrokowe i ograniczyć emisję intensywnych błysków, migających świateł czy szybko zmieniających się animacji;



ochronę prywatności użytkownika. Trzeba pamiętać, aby podczas korzystania z funkcji związanych z dostępnością użytkownik produktu miał możliwość zachowania prywatności. Przykładowo osoba niewidoma lub słabowidząca, która korzysta z bankomatu w trybie głosowym, powinna mieć gwarancję, że nikt postronny nie usłyszy szczegółów transakcji;



alternatywy dla zabezpieczeń biometrycznych. Nie wszystkie osoby mogą lub chcą korzystać z rozwiązań identyfikacji biometrycznej, takich jak rozpoznawanie twarzy, odcisk palca czy skan tęczówki. Należy więc zapewnić użytkownikom możliwość skorzystania z dodatkowej, prostszej metody odblokowania urządzenia lub potwierdzenia danej czynności, np. podania kodu PIN lub hasła;



dostosowany czas reakcji dla użytkowników na działania.

Użytkownik produktu powinien mieć wystarczająco dużo czasu na interakcję z urządzeniem (np. na wpisanie kodu, wypełnienie formularza, przeczytanie komunikatu czy kliknięcie odpowiedniego przycisku, zanim operacja zostanie anulowana). Produkt powinien też umożliwiać wydłużenie tego czasu, jeśli użytkownik tego potrzebuje. Takie rozwiązanie jest szczególnie korzystne dla osób z trudnościami poznawczymi lub motorycznymi, a także dla seniorów;



spójność funkcji. Produkt powinien być przewidywalny w obsłudze, co oznacza, że użytkownik może bez problemu rozpoznawać i wykorzystywać te same funkcje produktu w różnych miejscach. Jest to szczególnie ważne dla osób z trudnościami poznawczymi i seniorów, ponieważ ułatwia im korzystanie z produktów, zmniejsza stres i ryzyko błędów;



interoperacyjność i kompatybilność z narzędziami wspomagającymi.

Oznacza to, że użytkownik powinien mieć możliwość podłączenia swoich narzędzi wspomagających (np. czytnika ekranu, systemu rozpoznawania mowy czy alternatywnej klawiatury) do produktu i korzystać z niego efektywnie, bez przeszkód i zakłóceń.

Poza ogólnymi wymaganiami dostępności, Polski Akt o Dostępności przewiduje także szczegółowe wymagania dla poszczególnych produktów.



Terminale

Poza spełnianiem ogólnych wymagań dla produktów, również tych w zakresie informacji o produkcie, terminale (zarówno płatnicze, jak i inne terminale samoobsługowe) powinny:

- **być wyposażone w technologię syntezy mowy** (czyli system, który czyta na głos komunikaty widoczne na ekranie) w języku interfejsu (np. po polsku). Przykładowo, bankomat powinien odczytywać na głos opcje wyboru użytkownika, takie jak „wypłata gotówki” czy „sprawdzenie salda”. Umożliwia to samodzielne korzystanie z terminala osobom niewidomym lub słabowidzącym, które mają problemy z odczytaniem tekstu na ekranie,
- **obsługiwać przewodowe stereofoniczne zestawy słuchawkowe.** Na przykład bankomat powinien mieć gniazdo, które umożliwia podłączenie własnych słuchawek. Dzięki temu użytkownik może odsłuchać komunikaty głosowe z zachowaniem prywatności, bez konieczności korzystania z głośnika zintegrowanego z urządzeniem. To rozwiązanie jest szczególnie ważne dla osób z niepełnosprawnością wzroku, ponieważ pozwala im bezpiecznie i dyskretnie korzystać z terminala – bez ryzyka, że osoby postronne usłyszą ich działania, na przykład podczas wypłaty gotówki,

- **zapewniać gotowość do korzystania z funkcji dostępności bez potrzeby ich dodatkowego włączania** lub wcześniejszej konfiguracji terminala. Przykładowo, po podłączeniu zestawu słuchawkowego do terminala informacyjnego, urządzenie powinno automatycznie uruchomić tryb komunikatów głosowych i odpowiedni interfejs, bez konieczności dodatkowego włączania tej funkcji w ustawieniach czy konfiguracji słuchawek ze sprzętem,
- **mieć klawisze lub przełączniki oznaczone w sposób kontrastowy i możliwy do rozróżnienia za pomocą dotyku.** Przykładem jest terminal płatniczy mający przyciski (także te funkcyjne, np. „Anuluj” czy „Zatwierdź”) dobrze widoczne dzięki wyraźnemu kontrastowi kolorów, a także łatwe do rozpoznania dotykowo (np. dzięki wypukłym cyfrom i symbolom, różnym kształtom czy fakturze powierzchni). Dzięki temu osoba z niepełnosprawnością wzroku może obsługiwać urządzenie samodzielnie, bez ryzyka popełnienia przypadkowych błędów,
- **przekazywać informacje o wymaganym działaniu za pomocą więcej niż jednego kanału sensorycznego (dźwięk, obraz, dotyk) oraz umożliwiać wydłużenie czasu na reakcję użytkownika.** Przykładowo, jeśli bankomat wyświetla komunikat „Wprowadź PIN w ciągu 30 sekund”, powinien również odczytywać taki komunikat głosowo oraz zasygnalizować dźwiękowo rozpoczęcie czasu przeznaczanego na działanie użytkownika. Musi również pozwalać na wydłużenie czasu na reakcję użytkownika, np. przez umożliwienie wciśnięcia odpowiednio oznaczonego przycisku. To rozwiązanie jest szczególnie ważne dla osób starszych, z trudnościami poznawczymi oraz osób, które po prostu potrzebują więcej czasu na podjęcie decyzji czy wykonanie danej czynności,
- **być kompatybilne z narzędziami wspomagającymi w zakresie dźwięku.** Jeśli terminal wykorzystuje elementy dźwiękowe – niezależnie od tego, czy są to sygnały dźwiękowe, czy mowa syntetyczna – powinien być zaprojektowany tak, aby działał bez zakłóceń z urządzeniami wzmacniającymi dźwięk, takimi jak aparaty słuchowe czy osobiste wzmacniacze audio. Oznacza to, że dźwięki powinny być czyste, wyraźne i odpowiednio głośne, bez zniekształceń utrudniających ich odbiór.



Czytniki książek elektronicznych

Czytniki e-booków, oprócz spełniania ogólnych wymagań dostępności dla produktów oraz wymagań dotyczących dostępności informacji, muszą być dodatkowo wyposażone w **technologię syntezy mowy**, czyli funkcję, która odczytuje na głos treści widoczne na ekranie. Technologia ta musi być dostępna w języku, w którym działa interfejs urządzenia (np. po polsku).



Urządzenia umożliwiające dostęp do usług telekomunikacyjnych

Poza spełnianiem ogólnych wymagań dla produktów oraz wymagań w zakresie informacji o produkcie, muszą one również zapewniać:

- **komunikację tekstową w czasie rzeczywistym (RTT – real-time text) i obsługę dźwięku w jakości Hi-Fi** (jeśli te urządzenia oferują jednocześnie komunikację głosową i tekstową),



Co to jest komunikacja tekstowa w czasie rzeczywistym?

To komunikacja tekstowa, w ramach której wprowadzany tekst jest przesyłany i odbierany w sposób ciągły, w trybie znak po znaku. Oznacza to sposób pisania oraz czytania wiadomości, w którym tekst pojawia się u odbiorcy natychmiast, znak po znaku – w czasie rzeczywistym, czyli dokładnie wtedy, gdy nadawca go pisze.

- **pełną konwersację**, jeśli te urządzenia oprócz komunikacji głosowej i tekstowej oferują także możliwość transmisji wideo,



Na czym polega „pełna konwersacja”?

Ten polski termin odpowiada angielskiemu pojęciu „total conversation”. Jest to standard telekomunikacyjny, który umożliwia jednoczesne korzystanie z wideo, dźwięku i tekstu w czasie rzeczywistym. Dzięki pełnej konwersacji osoby znajdujące się w dwóch lub więcej miejscach mogą:

- 1) widzieć się nawzajem (wideo),
- 2) słyszeć się (głos),
- 3) pisać do siebie (tekst w czasie rzeczywistym). Użytkownicy mogą korzystać z jednego, dwóch lub wszystkich trzech sposobów komunikacji jednocześnie – wszystko odbywa się na żywo.

Co ważne w tym sposobie komunikacji, jakość wideo powinna być na tyle wysoka, aby można było porozumiewać się bez zakłóceń w języku migowym.

- **dostęp do bezprzewodowego, niezakłóconego łączenia z narzędziami wspomagającymi dźwięk.**

Urządzenia umożliwiające dostęp do audiowizualnych usług medialnych

Oprócz spełniania podstawowych wymagań dostępności dla produktów, w tym informacji o produkcie, urządzenia te muszą pozwalać na korzystanie z udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji⁸ (tj. napisów, audiodeskrypcji, tłumacza migowego). Użytkownik musi mieć możliwość wyboru tych funkcji, sterowania nimi i personalizacji ustawień. Dodatkowo urządzenia muszą prawidłowo działać razem z różnymi narzędziami wspomagającymi.

Wymagania dostępności dla produktów zostały opisane w art. 8–11 Polskiego Aktu o Dostępności.

⁸ ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722, z późn. zm.).

Wymagania dostępności dla usług

Ogólne wymagania dostępności dla usług

Usługa dostępna to taka, która jest przystępna, zrozumiała i wygodna na każdym etapie – od wyszukiwania informacji o ofercie i kontaktu z klientem, aż po składanie zamówienia, zawarcie umowy oraz jej realizację.

Zgodnie z ustawą, aby usługa była dostępna, należy dopilnować, aby:

- **produkty** wykorzystywane do jej oferowania lub świadczenia spełniały odpowiednie wymagania dostępności,
- **informacje o usługach lub produktach związanych z usługą** (w tym o ich funkcjach, właściwościach oraz opcjach interoperacyjności) były przekazywane w formie papierowej lub elektronicznej:
 - za pomocą więcej niż jednego kanału sensorycznego,
 - w sposób zrozumiały,
 - w formatach tekstowych, które umożliwiają ich wykorzystanie w alternatywnej lub wspomagającej komunikacji i które mogą być przedstawione za pomocą więcej niż jednego zmysłu (wzroku, słuchu lub dotyku),



Czym jest alternatywna i wspomagająca komunikacja (AAC)?

To różne sposoby porozumiewania się, które pomagają mówić, pisać lub rozumieć innych – szczególnie wtedy, gdy mowa jest utrudniona lub niemożliwa. Mogą ją wspierać gesty, obrazki, symbole, urządzenia lub inne formy przekazu.

- z uwzględnieniem dostępnego formatowania tekstu (czcionka, kontrast, odstępy między literami, wierszami i akapitami),
- z alternatywną prezentacją treści nietekstowych (np. w formie obrazów lub schematów),
- **strony internetowe i aplikacje mobilne były postrzegalne** (odbierane przez zmysły wzroku, słuchu lub dotyku), **funkcjonalne** (możliwe do odbioru w pełnym zakresie przez każdego użytkownika), **zrozumiałe** (przedstawione w sposób jasny i logiczny) oraz **kompatybilne** (możliwe do odbioru za pomocą niezakłóconego współdziałania z produktami, które nie są objęte ustawą, oraz narzędziami wspomagającymi).



Co to jest WCAG?

Postrzegalność, funkcjonalność, zrozumiałość i kompatybilność (zwana też czasami solidnością) to 4 zasady wytycznych dotyczących dostępności treści cyfrowych WCAG (ang. Web Content Accessibility Guidelines).

WCAG to międzynarodowy standard, który powstał po to, by pomagać firmom i organizacjom tworzyć strony internetowe, aplikacje i inne kanały cyfrowe w taki sposób, aby były dostępne dla osób z różnymi niepełnosprawnościami (m.in. wzroku, z trudnościami poznawczymi czy z ograniczoną motoryką). Te wytyczne zawierają konkretne kryteria, które ułatwiają ocenę i poprawę dostępności treści cyfrowych – od kolorów i kontrastu, przez nawigację, aż po czytelność oraz współpracę z różnymi urządzeniami wspomagającymi.

Standard WCAG jest systematycznie aktualizowany i rozwijany, dlatego powstało już kilka jego wersji, takich jak WCAG 2.0, 2.1, 2.2, a wkrótce pojawi się wersja 3.0. Śledzenie tych aktualizacji i wdrażanie nowych wytycznych pomoże udoskonalać dostępność stron internetowych i aplikacji mobilnych. Dobrze wiedzieć, że WCAG jest punktem odniesienia dla europejskiej normy EN 301 549, o której wspominaliśmy na str. 21.

Warto jednak pamiętać, że norma EN 301 549 jest szersza niż WCAG – obejmuje również wymagania dotyczące dostępności sprzętu, oprogramowania, dokumentów elektronicznych czy usług komunikacyjnych.

Usługi telekomunikacyjne

W przypadku usług telekomunikacyjnych, oprócz spełniania ogólnych wymagań dostępności dla usług, trzeba również zadbać o to, aby osoby z różnymi potrzebami mogły się swobodnie porozumiewać. Należy więc dodatkowo zapewnić:

- **komunikację głosową i tekstową w czasie rzeczywistym**, jak również
- **pełną konwersację**, jeśli oprócz komunikacji głosowej i tekstowej udostępniana jest także transmisja wideo.

Usługi dostępu do audiowizualnych usług medialnych

Oprócz spełniania podstawowych wymagań dostępności dla usług, usługi dostępu do audiowizualnych usług medialnych powinny również:

- **posiadać postrzegalne, funkcjonalne, zrozumiałe i kompatybilne elektroniczne przewodniki po programach** (czyli elektroniczne opisy tego, co jest aktualnie nadawane i co będzie emitowane) **oraz informacje o udogodnieniach dla osób z niepełnosprawnościami, takich jak audiodeskrypcja⁹, napisy czy tłumaczenie na Polski Język Migowy (PJM)**,

⁹ Art. 4 pkt 28 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.

- **przekazywać udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami w sposób zapewniający ich właściwe wyświetlanie, synchronizację z dźwiękiem i obrazem oraz możliwość sterowania nimi przez użytkownika.** Np. jeśli film zawiera napisy, to muszą one pojawiać się dokładnie wtedy, gdy padają konkretne słowa. Jeśli jest audiodeskrypcja, musi być ona dopasowana do przerw w dialogach. Dzięki temu osoba, która korzysta z tych udogodnień, może śledzić film tak samo jak inni widzowie. Dodatkowo obsługa tych funkcji nie może być ukryta ani zbyt skomplikowana.

Usługi towarzyszące usługom transportu pasażerskiego

W ramach usług towarzyszących usługom autobusowego, autokarowego, wodnego, lotniczego i kolejowego transportu pasażerskiego, oprócz podstawowych wymagań dostępności, należy spełnić kilka dodatkowych obowiązków informacyjnych, aby osoba ze szczególnymi potrzebami mogła jak najlepiej zaplanować i odbyć swoją podróż. Obowiązki te obejmują **podawanie informacji** o:

- **zapewnianiu warunków niezbędnych do korzystania z danej usługi przez osoby ze szczególnymi potrzebami, z uwzględnieniem aktualnej sytuacji, które odnoszą się do:**
 - pojazdów samochodowych (autobusów, autokarów), kolei, samolotów i statków,
 - pomieszczeń i budynków oraz infrastruktury, wykorzystywanych do oferowania lub świadczenia usługi¹⁰,
- **pomocy świadczonej osobom ze szczególnymi potrzebami i możliwościami skorzystania z niej,**
- **elektronicznych systemach sprzedaży biletów,**
- **podróży w czasie rzeczywistym.**

10 Informacje w szczególności dotyczące spełniania wymagań określonych w: 1) art. 6 pkt 1 oraz pkt 3 lit. a i b ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, 2) art. 5 ust. 1 pkt 1 lit. d oraz pkt 4 ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane (Dz.U. z 2024 r. poz. 725).



Czym jest informacja o podróży w czasie rzeczywistym?

To aktualne dane na temat przebiegu podróży, które pasażerowie mogą sprawdzić przed wyjazdem lub w jego trakcie.

Taka informacja powinna dotyczyć:

- rozkładów jazdy, lotów lub rejsów,
- dalszych połączeń tym samym środkiem transportu,
- podstawowych możliwości przesiadek na inne środki transportu,
- odwołania danej podróży,
- opóźnień w rozpoczęciu podróży,
- zakłóceń ruchu.

Takie informacje muszą być udostępniane pasażerom za pomocą systemów dynamicznej informacji pasażerskiej – czyli np. przez strony internetowe, aplikacje mobilne, interaktywne terminale informacyjne na dworcach.

Dzięki takim rozwiązaniom podróżni mogą na bieżąco podejmować decyzje o zmianie trasy, zaplanować przesiadkę czy po prostu nie czekać niepotrzebnie na spóźniony środek transportu. A dla usługodawcy to szansa na lepszą jakość obsługi, mniej pytań na infolinii i większe zaufanie klientów.

Usługi bankowości detalicznej

Dostępna bankowość detaliczna, oprócz podstawowych wymagań dostępności dla usług, musi zapewniać:

- **postrzegalne, funkcjonalne, zrozumiałe i kompatybilne metody identyfikacji klienta, składania przez niego podpisu elektronicznego, zabezpieczeń oraz usług płatniczych.** Na przykład, jeśli system płatności wymaga zatwierdzenia transakcji w aplikacji mobilnej, trzeba upewnić się, że użytkownik może dokonać potwierdzenia na kilka sposobów, ma wystarczający czas na reakcję, a cały proces jest zrozumiały, nie zawiera skomplikowanych komunikatów i działa bez zakłóceń z technologiami wspomagającymi, np. czytnikami ekranu,
- **informacje w języku polskim lub – za zgodą klienta – w innym języku na poziomie biegłości językowej B2** zgodnie z Europejskim Systemem Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. Przykładowo, jeśli przedsiębiorca udostępnia klientowi warunki korzystania z usługi, regulaminy, umowy lub jakiegokolwiek inne dokumenty, musi zadbać o prostotę informacji. Tak, aby każdy klient – także ten, który nie ma specjalistycznej wiedzy z zakresu bankowości i nie zna terminów branżowych – mógł je bez problemu zrozumieć.

Usługi rozpowszechniania książek elektronicznych

Poza ogólnymi wymaganiami dla usług, usługi rozpowszechniania e-booków powinny dodatkowo umożliwiać:

- **synchronizację tekstu i dźwięku**, jeśli e-książka zawiera oba te elementy. Oznacza to, że użytkownik słuchający e-booka powinien jednocześnie widzieć, który fragment tekstu jest czytany,
- **interoperacyjność plików e-książek z narzędziami wspomagającymi**. Pliki e-booków muszą być zaprojektowane i zapisane w taki sposób, aby dobrze współpracowały z narzędziami wspomagającymi, takimi jak czytniki ekranu czy oprogramowanie powiększające, co pozwoli osobom ze szczególnymi potrzebami na korzystanie z nich w pełny i funkcjonalny sposób,
- **dostęp do treści i struktury e-książki**, czyli np. nagłówek, podrozdziałów, przypisów, spisu treści,
- **nawigację po treści i układzie graficznym, także w dynamicznej wersji**. Użytkownik powinien mieć możliwość łatwego poruszania się po pliku e-książki, niezależnie od tego, czy ma ona prosty, liniowy układ (jak klasyczna powieść), czy bardziej złożony, np. z tabelami, kolumnami czy dynamicznym układem strony,
- **alternatywne sposoby prezentacji treści, aby zapewniały one jej postrzegalność, zrozumiałość, funkcjonalność i kompatybilność**. Może to być np. możliwość zmiany kontrastu, powiększenia czcionki lub przełączenia na wersję uproszczoną wizualnie, która ułatwi czytanie i koncentrację, np. osobom neuroróżnorodnym czy z trudnościami poznawczymi,
- **dostęp do informacji o funkcjach i właściwościach książki elektronicznej związanych z dostępnością za pośrednictwem metadanych**. Dzięki temu użytkownicy oraz platformy sprzedażowe mogą łatwo wyszukać i zidentyfikować książki dostosowane do określonych potrzeb.

Usługi handlu elektronicznego

Dostępny handel elektroniczny, poza spełnianiem podstawowych wymagań dla usług, musi ponadto zapewniać:

- **informację, czy produkty lub usługi spełniają wymagania dostępności**. Jeśli usługodawca prowadzi sklep internetowy i otrzymał od dostawcy informację, że dany produkt lub usługa, które sprzedaje, spełniają wymagania dostępności, musi przekazać tę informację swoim klientom. Dzięki temu osoby, które potrzebują konkretnych funkcjonalności, od razu będą wiedzieć, czy dany produkt lub usługa będą dla nich odpowiednie,
- **postrzegalność, funkcjonalność, zrozumiałość i kompatybilność** w odniesieniu do:
 - identyfikacji stron usługi handlowej (np. jasne wskazanie, że klient znajduje się w danym sklepie internetowym),

- bezpieczeństwa (np. szyfrowanie danych i ochrona prywatności),
- procesu dokonywania płatności, składania podpisów elektronicznych oraz korzystania z usług płatniczych.

Oznacza to, że cały proces zakupowy – od wejścia na stronę, poprzez wybór produktu lub usługi, aż po finalizację transakcji – powinien być dostępny dla jak największej liczby użytkowników. Ważne jest także, aby strona działała poprawnie na różnych urządzeniach oraz w różnych przeglądarkach, również przy użyciu narzędzi wspomagających.

Wymagania dostępności dla usług znajdują się w art. 12–18 ustawy.

Kryteria funkcjonalne

W ustawie opisano wymagania dostępności dla wybranych produktów i usług. Ale co w przypadku, gdy taki produkt lub usługa posiadają cechy, których ta ustawa dokładnie nie reguluje? Może się tak zdarzyć np. ze względu na szybki postęp technologiczny oraz wdrażanie coraz to nowych innowacji, których prawo nie przewidziało. Wtedy właśnie mają zastosowanie kryteria funkcjonalne, czyli zestaw ogólnych zasad, które zapewnią, że z produktu lub usługi będzie mogła skorzystać bez barier jak największa liczba osób.

Kryteria funkcjonalne można też stosować zamiast „klasycznych” wymagań dostępności, ale tylko pod warunkiem, że zapewni to taką samą albo lepszą dostępność produktu lub usługi. Należy jednak pamiętać, że kryteria funkcjonalne są równoważne z innymi wymaganiami dostępności i, tak jak one, podlegają wszystkim przepisom ustawy, także tym dotyczącym kontroli czy dochodzenia swoich praw przez konsumentów.

Kryteria funkcjonalne pozwalają spojrzeć na dostępność od strony interakcji użytkownika z produktem. Jeżeli zatem korzystanie z produktu lub usługi wymaga od użytkownika użycia:



wzroku – wówczas należy zapewnić, aby:

- co najmniej jeden tryb obsługi produktu lub sposób korzystania z usługi pozwalał na korzystanie bez angażowania wzroku, przy ograniczonej zdolności widzenia lub bez zdolności widzenia barw i rozróżniania kolorów,
- zostało ograniczone prawdopodobieństwo wywołania ataków padaczki fotogennej,



słuchu – wtedy co najmniej jeden tryb obsługi produktu lub sposób korzystania z usługi musi pozwalać na nieangażowanie słuchu lub posiadać zaawansowane funkcje dźwiękowe i umożliwiać korzystanie osobom z ograniczoną zdolnością słyszenia,



głosu – wówczas trzeba zapewnić, aby co najmniej jeden tryb obsługi produktu lub sposób korzystania z usługi nie wymagał użycia mowy,



obsługi manualnej albo siły fizycznej – to co najmniej jeden tryb obsługi produktu lub sposób korzystania z usługi musi umożliwiać jej użycie:

- bez konieczności wykonywania czynności z zakresu motoryki małej,
- bez posiadania sprawności manualnej i siły fizycznej w rękach,
- bez konieczności jednoczesnego używania więcej niż jednego przełącznika,
- z ograniczonym zakresem ruchów.

Dodatkowo:

- elementy, które umożliwiają korzystanie z produktu lub usługi, muszą być w zasięgu wszystkich użytkowników,
- przynajmniej jeden tryb obsługi produktu lub sposób korzystania z usługi powinien być uproszczony i łatwy w użyciu,
- użytkownik powinien mieć możliwość zachowania prywatności podczas korzystania z funkcji związanych z dostępnością.

Kryteria funkcjonalne są opisane w art. 18 Polskiego Aktu o Dostępności.

Czy są wyjątki od zapewniania dostępności?

Przedsiębiorca, który ustalił, że jego działalność podlega ustawie, jest prawnie zobowiązany do zapewniania dostępności swoich produktów i usług. W Polskim Akcie o Dostępności przewidziano jednak **dwie szczególne okoliczności**, w których ma on prawo ograniczyć obowiązki w zakresie zapewniania dostępności niektórych elementów swojej oferty.

Pierwszą z nich jest sytuacja, w której zastosowanie danego wymagania dostępności znacząco **zmieniłoby podstawowe właściwości produktu lub usługi**. Chodzi o takie modyfikacje, które wpłynęłyby na główne funkcje, charakter i przeznaczenie produktu lub usługi, przez co przestałyby one spełniać cele, dla których zostały zaprojektowane i wprowadzone na rynek.

W drugim przypadku przedsiębiorca ma prawo wyłączyć się z obowiązku stosowania danego wymagania dostępności, jeśli jego wdrożenie byłoby **nieproporcjonalnym**

obciążeniem dla biznesu. Aby ocenić, czy wdrożenie danego wymagania dostępności stanowi nieproporcjonalne obciążenie, należy zastosować te kryteria:

- stosunek kosztów netto związanych z wdrożeniem danego wymagania dostępności do ogólnych kosztów operacyjnych i inwestycyjnych prowadzonej działalności,
- szacowane koszty zastosowania danego wymagania dostępności w stosunku do korzyści społecznych. Należy porównać koszty wdrożenia danego wymagania dostępności z przewidywanymi korzyściami dla klientów, zwłaszcza tych ze szczególnymi potrzebami. Trzeba wziąć pod uwagę liczbę użytkowników, którzy faktycznie skorzystają z dostosowanego pod względem dostępności produktu lub usługi, a także częstotliwość korzystania z tego produktu lub usługi,
- koszty netto wobec przychodów netto. Należy przeanalizować, czy wydatki netto związane z zastosowaniem danego wymagania dostępności zmniejszyłyby, czy też zwiększyły przychody netto firmy z ich sprzedaży.

Przy obliczaniu kosztów netto trzeba uwzględnić wydatki takie jak:

- jednorazowe koszty związane z zatrudnieniem dodatkowych specjalistów ds. dostępności produktów lub usług, szkoleniami dla personelu, tworzeniem nowych procesów i strategii produkcyjnych, opracowaniem wytycznych oraz zapoznaniem się z przepisami w zakresie dostępności,
- bieżące koszty produkcji oraz rozwoju ponoszone w związku z projektowaniem właściwości i funkcji, które zapewnią dostosowanie produktów lub usług do ustawowych wymagań, realizacją procesów wytwórczych, testowaniem produktów i usług pod kątem dostępności oraz opracowaniem dokumentacji dotyczącej powyższych działań.

Jednocześnie należy pamiętać, że nie można powoływać się na nieproporcjonalne obciążenie, jeśli firma otrzymała dofinansowanie na poprawę dostępności ze źródeł innych niż zasoby własne – niezależnie od tego, czy pochodziło ono od podmiotów publicznych czy prywatnych.

Trzeba też wziąć pod uwagę, że każda decyzja o odstąpieniu od wymagań dostępności produktów lub usług musi być **odpowiednio uzasadniona i udokumentowana**. Należy więc:

- sporządzić szczegółową dokumentację przebiegu oceny, czy na podstawie wyżej wymienionych kryteriów przedsiębiorca ma prawo do ograniczenia stosowania danego wymagania dostępności, oraz ustaleń wynikających z tej oceny. Usługodawcy, którzy powołują się na okoliczność nieproporcjonalnego obciążenia, muszą dokonywać takiej oceny regularnie, co najmniej raz na 5 lat, oraz za każdym razem wtedy, gdy zakres tej usługi albo sposób jej oferowania lub świadczenia uległ zmianie,
- przechowywać te dokumenty przez co najmniej 5 lat od zakończenia udostępniania na rynku produktu albo oferowania lub świadczenia usługi,

- na żądanie Prezesa Zarządu PFRON lub odpowiednich organów nadzoru rynku dostarczyć kopię tej dokumentacji,
- niezwłocznie poinformować pisemnie właściwy organ nadzoru rynku o odstąpieniu od zapewnienia danego wymagania dostępności produktu lub usługi.

Mikroprzedsiębiorcy dokonujący obrotu produktami są zwolnieni z obowiązku sporządzania i przechowywania dokumentacji oraz informowania organów nadzoru rynku o odstąpieniu od zapewnienia danego wymagania dostępności. Jeśli jednak Prezes Zarządu PFRON lub organ nadzoru rynku zwrócą się do mikroprzedsiębiorcy o przedstawienie dokumentów albo wyjaśnienie okoliczności, które miały wpływ na decyzję o zastosowaniu wyjątku związanego z zapewnianiem dostępności – mikroprzedsiębiorca ma obowiązek udzielić takich informacji.



Uwaga!

Nawet jeśli na podstawie tych kryteriów przedsiębiorca wyłączy się spod obowiązku zapewnienia danego wymagania dostępności, musi dołożyć wszelkich starań, aby pozostałe wymagania były spełniane prawidłowo, a jego produkt lub usługa były dostępne w jak największym stopniu. Trzeba też pamiętać, że każde wyłączenie należy oceniać osobno. Przedsiębiorca nie może z góry zakładać, że nie da rady spełnić żadnego z wymagań dostępności i w ten sposób całkowicie uniknąć obowiązku zapewnienia dostępności.

Rozdział IV

Obowiązki podmiotów gospodarczych w zakresie dostępności



W tym rozdziale przybliżymy obowiązki producentów, upoważnionych przedstawicieli, importerów, dystrybutorów i usługodawców w zakresie dostępności. Każda z tych grup odgrywa bardzo istotną rolę w zapewnianiu dostępności odpowiednio do swojej roli w łańcuchu dostaw produktów lub świadczenia usług. Ich zadania nie ograniczają się tylko do dbania o dostępność, ale obejmują też sporządzanie odpowiedniej dokumentacji, wypełnianie obowiązków informacyjnych czy współpracę z organami nadzorującymi dostępność.

Producent



Największy wpływ na dostępność produktu ma producent – to on od samego początku decyduje o zastosowaniu rozwiązań technicznych, które wpłyną na funkcje i właściwości danego urządzenia. Jego działania – od procesu projektowania, po produkcję i udostępnienie produktu na rynku – mają zatem bezpośredni wpływ na to, czy dany produkt będzie przyjazny w obsłudze dla jak największej liczby osób, niezależnie od ich ograniczeń sensorycznych, motorycznych lub poznawczych.

Jak rozpocząć wdrażanie dostępności w produktach?

1. Dostępne projektowanie

Zgodnie z ustawą, podstawowym sposobem zapewniania dostępności jest projektowanie uniwersalne. To podejście, w którym już na etapie tworzenia produktu uwzględnia się potrzeby jak najszerzej grupy jego potencjalnych użytkowników, mając na uwadze ich zróżnicowany wiek, poziom sprawności, poziom umiejętności cyfrowych oraz warunki, w jakich mogą korzystać z danego urządzenia. Projektowanie uniwersalne to nie tworzenie dodatkowych, specjalnych rozwiązań dla osób z niepełnosprawnościami. To dbałość o to, żeby każdy mógł skorzystać z produktu w sposób naturalny, bez przeszkód i bez poczucia wykluczenia.

Producent, już na etapie projektowania swojego produktu, powinien zadać sobie zatem pytanie, kto potencjalnie będzie z niego korzystał? Z całą pewnością nie tylko „standardowy” klient – młody, zdrowy i biegły w nowoczesnych technologiach. Producent musi się zastanowić, czy z produktu bez problemu skorzysta np. osoba starsza, która może mieć trudności z obsługą skomplikowanego interfejsu, a także czy osoba z niepełnosprawnością wzroku, słuchu lub ruchu poradzi sobie z jego obsługą bez konieczności proszenia o pomoc. Warto też pomyśleć, czy ktoś w pośpiechu, w hałaśliwym otoczeniu, z jedną ręką zajęłą torbą z zakupami, będzie w stanie szybko skorzystać z produktu i znaleźć to, czego szuka. Albo czy produkt będzie intuicyjny dla osoby, która korzysta z niego po raz pierwszy. Producent powinien postarać się spojrzeć na swój produkt z perspektywy różnych użytkowników i uwzględnić ich potencjalne potrzeby oraz możliwości w zakresie korzystania z urządzenia.

Warto też pamiętać, że projektowanie uniwersalne jest opłacalną inwestycją. W ten sposób przedsiębiorca nie tylko tworzy rozwiązanie, które trafia do znacznie szerszej grupy odbiorców, ale także unika późniejszych dostosowań gotowego produktu, które często są trudniejsze i bardziej kosztowne do wdrożenia.

2. Testowanie produktów

Polski Akt o Dostępności nie nakłada na producentów obowiązku testowania produktów pod względem dostępności. Przeprowadzenie takich testów przed wprowadzeniem produktu na rynek lub rozpoczęciem produkcji seryjnej jest jednak bardzo korzystne. Regularne i dobrze przeprowadzone testy pomogą wykryć potencjalne problemy z dostępnością na wczesnym etapie i pozwolą wprowadzić niezbędne poprawki, zanim jeszcze produkt dotrze do klienta.

Jak można ulepszyć proces testowania dostępności produktów?

○ Testy użytkowe

Dobrym i niezwykle skutecznym sposobem na sprawdzenie, czy produkt rzeczywiście jest dostępny, jest zaangażowanie w proces testowania osób z niepełnosprawnościami. Spełnienie formalnych wymagań dostępności to oczywiście bardzo ważny krok, ale nie zawsze wystarczający. Produkt może teoretycznie spełniać różne wymagania dostępności, a mimo to być niefunkcyjny w użytkowaniu. Osoby z niepełnosprawnościami, które na co dzień doświadczają barier w różnych obszarach życia, potrafią najlepiej ocenić, czy dane rozwiązanie z zakresu dostępności działa w praktyce. Często są w stanie dostrzec problemy, na które osoba w pełni sprawna nie zwróci uwagi. Mogą zatem pomóc tworzyć lepsze rozwiązania, które odpowiadają na rzeczywiste potrzeby użytkowników.

○ Narzędzia testowe

Podczas testów dobrze jest wykorzystywać dostępne narzędzia technologiczne, takie jak symulatory ograniczeń sensorycznych czy testery kompatybilności z urządzeniami wspomagającymi, które pomagają ocenić zgodność produktu z wymaganiami dostępności.

○ Testy w różnych warunkach użytkowania

Warto testować produkt w różnych warunkach i sytuacjach, aby upewnić się, że będzie wygodny w codziennym użytkowaniu – np. przy ograniczonym oświetleniu lub w pełnym słońcu, w ruchu albo przy ograniczonej sprawności manualnej, a także podczas korzystania z narzędzi wspomagających.

○ Dokumentowanie wyników testów

Wszystkie testy dostępności i ich wyniki powinny być dokładnie dokumentowane. Pozwolą one zidentyfikować potencjalne problemy i stanowią podstawę do wprowadzania odpowiednich zmian. Dodatkowo dokumentacja ta może być dowodem na zgodność produktu z wymaganiami dostępności, np. w przypadku kontroli.

Dobłą praktyką jest również stałe monitorowanie opinii użytkowników - zbieranie informacji zwrotnych i analiza tych, które wskazują na ewentualne trudności w użytkowaniu produktu. Dzięki temu firma nie tylko pokazuje, że dba o swoich klientów, ale także zyskuje cenne wskazówki, które mogą pomóc wdrażać usprawnienia i dostosowywać swoje produkty do potrzeb rynku.

Obowiązki producenta:

- **przeprowadzenie oceny zgodności produktu z wymaganiami dostępności.** Zanim producent wprowadzi produkt do obrotu, ma obowiązek sprawdzić, czy spełnia on odpowiednie wymagania dostępności. Taką ocenę producent przeprowadza wewnętrznie w ramach firmy – jako część tzw. kontroli produkcji,
- **sporządzenie dokumentacji technicznej produktu.** W ramach wewnętrznej kontroli produkcji producent ma obowiązek przygotować dokumentację techniczną produktu. Opisuje w niej, w jaki sposób produkt spełnia poszczególne wymagania dostępności oraz uwzględnia normy zharmonizowane i specyfikacje techniczne, jeśli zostały zastosowane. Producent musi przechowywać taką dokumentację przez 5 lat od dnia wprowadzenia produktu do obrotu,
- **zamieszczenie informacji o produkcie oraz swoich danych.** Producent ma obowiązek zamieszczenia na produkcie, na jego opakowaniu albo w dołączonych do niego dokumentach, informacji pozwalających na identyfikację produktu, takich jak nazwa typu, numer partii czy numer serii. Musi również podać swoje imię i nazwisko albo nazwę, zarejestrowaną nazwę handlową lub znak towarowy, a także swoje dane kontaktowe – w języku polskim,
- **dołączenie do produktu lub publiczne udostępnienie instrukcji, ostrzeżeń, etykiet oraz innych informacji, które pozwalają na korzystanie z produktu.** Dokumenty te muszą spełniać odpowiednie wymagania dostępności,
- **zapewnienie zgodności z wymaganiami dostępności w ramach produkcji seryjnej.** Zgodnie z ustawą producent ma obowiązek wdrożyć procedury, które zagwarantują, że produkty wytwarzane w ramach produkcji seryjnej spełniają wymagania dostępności. Jest to szczególnie istotne w przypadku produkcji zautomatyzowanych i realizowanych na dużą skalę, ponieważ pozwoli uniknąć kosztownych problemów, takich jak np. konieczność wycofania wadliwych partii produktów z rynku.

Jakie działania można podjąć, żeby zapewnić dostępność w ramach produkcji seryjnej?

- **Opracowanie i wprowadzenie procedur zgodnych z wymaganiami dostępności**

Każdy proces produkcyjny powinien być oparty na jasno określonych procedurach z uwzględnieniem wymagań dostępności. Stanowi to podstawę do standaryzacji działań i pomaga uniknąć błędów, które mogłyby wpłynąć negatywnie na jakość oraz dostępność produktu. Należy mieć na względzie ewentualne zmiany w projekcie lub właściwościach produktu, a także w normach zharmonizowanych czy specyfikacjach technicznych, które są stosowane do zapewnienia dostępności danego produktu.

- **Standaryzacja procesów produkcyjnych**

Standaryzacja to podstawa spójnej produkcji seryjnej. Wszystkie procesy wytwórcze powinny być opisane w szczegółowej dokumentacji technicznej i instrukcjach. Linie produkcyjne należy skonfigurować tak, aby każda partia produktów była zgodna z ustalonymi wymaganiami dostępności.

- **Wdrożenie systemu kontroli jakości**

Każdy etap produkcji seryjnej powinien być nadzorowany pod kątem zgodności z wymaganiami dostępności. Regularny monitoring i testy kontrolne na losowych próbkach produktów mogą zapobiec ewentualnym odchyleniom. Warto opracować listę kontrolną dostępności, która będzie wykorzystywana przez personel odpowiedzialny za sprawdzanie jakości testowanych produktów.

- **Rozwiązywanie problemów w produkcji seryjnej**

Produkcja seryjna nie jest wolna od błędów, dlatego ważne jest szybkie i skuteczne reagowanie. Jeśli w trakcie procesu zostaną wykryte niezgodności z wymaganiami dostępności, wówczas należy wstrzymać produkcję wadliwej partii, zidentyfikować przyczynę problemu, a następnie wdrożyć działania naprawcze, które wyeliminują odstępstwa od standardów dostępności.

- **Testy naprawionych partii**

Wszystkie naprawione produkty powinny zostać przetestowane, aby upewnić się, że spełniają wymagania dostępności.

- **Dokumentowanie zgodności produktów z wymaganiami dostępności**

Producent powinien rejestrować wyniki testów kontrolnych oceniających zgodność produktów z wymaganiami dostępności. Każda zmiana wprowadzona do procesu produkcji powinna być udokumentowana i oceniona pod kątem wpływu na dostępność danego produktu.

- **sporządzanie deklaracji zgodności.** Jeśli z przeprowadzonej oceny wynika, że produkt spełnia wymagania dostępności, producent sporządza deklarację zgodności. Dokument ten musi zostać przygotowany przed wprowadzeniem produktu do sprzedaży i użytkowania, może być sporządzony w formie papierowej lub elektronicznej,



Czym jest deklaracja zgodności?

To dokument, w którym producent potwierdza, że bierze pełną odpowiedzialność za zgodność produktu z odpowiednimi przepisami UE. W deklaracji zgodności należy wykazać, że produkt spełnia odpowiednie wymagania dostępności. Jeśli jednak ocena dostępności wykáže, że niektóre wymagania nie są spełnione (np. jeśli ograniczono stosowanie danego wymagania dostępności na podstawie nieproporcjonalnego obciążenia), trzeba podać, które wymogi zostały pominięte.

Deklaracja zgodności nie jest dokumentem sporządzanym jednorazowo i na stałe. Producent jest zobowiązany do jej aktualizacji za każdym razem, gdy zmieniają się funkcje lub właściwości produktu. Dokument powinien odzwierciedlać obecny stan zgodności produktu z wymaganiami dostępności.

Producent musi przechowywać deklarację zgodności przez 5 lat od momentu wprowadzenia produktu na rynek. Dokument ten może być wymagany w przypadku kontroli lub zapytań ze strony organów nadzoru rynku.

Jeśli dla produktu wymagane są różne deklaracje zgodności, wynikające z odmiennych przepisów, producent zobowiązany jest do sporządzenia jednego zbiorczego dokumentu, uwzględniającego wszystkie wymagania oraz wyraźnie wskazującego przepisy, z których wynikają poszczególne obowiązki.

- **zamieszczanie oznakowania CE.** Każdy artykuł spełniający wymagania dostępności musi być oznakowany symbolem CE – w sposób widoczny, czytelny i trwały na samym produkcie lub na jego tabliczce znamionowej. Jeśli z powodu charakteru produktu nie jest to możliwe lub uzasadnione, znak można umieścić na opakowaniu lub w dokumentach dołączonych do produktu.



Co to jest oznakowanie CE?

To specjalne oznakowanie, które wskazuje, że dany produkt został zbadany przez producenta i uznany za spełniający wymagania UE w zakresie zdrowia, bezpieczeństwa i ochrony środowiska. Jego użycie musi być zgodne z zasadami określonymi w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. ustanawiającego wymagania w zakresie akredytacji i uchylającego rozporządzenie (EWG) nr 339/93 (Dz. Urz. UE L 218 z 13.08.2008, str. 30, z późn. zm.¹¹).

Producent może wyznaczyć **upoważnionego przedstawiciela**, który będzie realizował określone obowiązki w jego imieniu. Nie może jednak delegować

¹¹ Zmiana wymienionego rozporządzenia została ogłoszona w Dz. Urz. UE L 169 z 25.06.2019, str. 1.

najważniejszych obowiązków, takich jak przeprowadzenie oceny zgodności czy zapewnienie dostępności dokumentacji.

Co musi zrobić producent, jeśli produkt nie spełnia wymagań dostępności?

Jeśli producent ma wątpliwości, czy produkt spełnia wymagania dostępności, powinien:

- **podjąć działania naprawcze lub wycofać produkt z rynku.** Jeśli producent stwierdzi, że produkt nie spełnia określonych w ustawie wymagań, jego priorytetem powinno być podjęcie działań naprawczych, czyli czynności, które doprowadzą do zapewnienia jego dostępności. W pierwszej kolejności należy sprawdzić zatem, co można zrobić, aby poprawić dostępność – być może wystarczy zaktualizować funkcje produktu lub w niewielki sposób zmienić jego komponenty. Jeśli jednak naprawa jest niemożliwa lub nieopłacalna, trzeba natychmiast wycofać ten produkt z obrotu,
- **powiadomić odpowiednie dla swojej działalności organy nadzoru rynku.** Jeśli producent zauważy, że produkt nie spełnia wymagań dostępności, musi niezwłocznie poinformować o tym odpowiednie organy nadzoru rynku. Należy wtedy opisać szczegóły związane z niedostępnością produktu oraz poinformować organy o działaniach naprawczych, które podjęto, lub o decyzji o wycofaniu produktu z obrotu,
- **prowadzić pisemną ewidencję produktów niespełniających wymagań dostępności,** w formie papierowej lub elektronicznej. Producent musi uwzględnić w niej nie tylko niezgodności, które sam wykrył, ale także skargi na brak dostępności, które wpłynęły do niego od konsumentów. Taka ewidencja będzie źródłem informacji w przypadku kontroli lub zapytań ze strony organów nadzoru rynku,
- **współpracować z Prezesem Zarządu PFRON i organami nadzoru rynku** w celu usunięcia niezgodności produktu z wymaganiami dostępności. Na żądanie tych organów producent ma obowiązek przekazywać informacje i dokumentację potwierdzającą zgodność produktu z wymaganiami dostępności, a także zapewnić tłumaczenie tych dokumentów na język polski, jeśli są one sporządzone w innym języku.

Importer



Importer ponosi odpowiedzialność za to, aby produkty, które wprowadza na rynek UE spełniały odpowiednie wymagania dostępności. Zakres jego obowiązków przed wprowadzeniem produktu do obrotu jest dosyć szeroki. Importer jest bowiem zobowiązany do sprawdzenia, czy producent wywiązał się ze swoich obowiązków, jak i do właściwej reakcji w sytuacji, jeśli okaże się, że produkt nie spełnia wymagań dostępności.

Obowiązki importera:

- **wprowadzanie do obrotu tylko takich produktów, które spełniają wymagania dostępności.** Importer musi upewnić się, czy produkt, który chce wprowadzić do obrotu, spełnia wymagania dostępności lub czy producent, od którego nabył produkt, miał prawo do skorzystania z wyłączenia na podstawie nieproporcjonalnego obciążenia lub zasadniczej zmiany produktu,
- **wprowadzenie wykonania obowiązków przez producenta.** Zanim importer wprowadzi produkt na rynek, musi zweryfikować, czy producent spełnił swoje ustawowe wymagania dostępności w zakresie sporządzenia dokumentacji technicznej, dołączenia deklaracji zgodności i zamieszczenia oznakowania CE,
- **podanie swoich danych.** Na produkcie, na jego opakowaniu lub w dokumentach do niego dołączonych importer powinien umieścić swoje imię i nazwisko, nazwę firmy oraz nazwę handlową, ewentualny zarejestrowany znak towarowy oraz dane kontaktowe w języku polskim,
- **dołączenie instrukcji i ostrzeżeń.** Importer musi zapewnić, aby do produktu były dołączone lub publicznie udostępnione instrukcje oraz ostrzeżenia dotyczące jego użytkowania, napisane w sposób zrozumiały w języku polskim,
- **dbałość o przechowywanie i transport.** Należy zadbać, aby warunki przechowywania i transportu produktu, w czasie gdy importer jest za ten produkt odpowiedzialny, nie wpłynęły negatywnie na jego zgodność z wymaganiami dostępności,
- **przechowywanie deklaracji zgodności.** Importer musi przechowywać kopię deklaracji zgodności przez 5 lat od dnia wprowadzenia produktu na rynek,
- **udostępnianie dokumentacji technicznej produktu na żądanie Prezesa Zarządu PFRON lub właściwego organu nadzoru rynku.**

Co musi zrobić importer, jeśli produkt nie spełnia wymagań dostępności?

Jeśli importer ma wątpliwości, czy produkt, który chce wprowadzić lub już wprowadził na rynek, spełnia określone w ustawie wymagania dostępności, jest zobowiązany:

- **nie wprowadzać takiego produktu do obrotu i poinformować producenta,** od którego nabył produkt, o swoich wątpliwościach,
- **wdrożyć działania naprawcze,** które zapewnią dostosowanie produktu do odpowiednich wymagań dostępności lub wycofać ten produkt z rynku,
- **poinformować właściwy organ nadzoru rynku o braku dostępności produktu.** Należy opisać szczegóły związane z niespełnianiem wymagań dostępności i poinformować o czynnościach, jakie w związku z tym podjęto, takich jak działania naprawcze albo wycofanie produktu z rynku,
- **prowadzić pisemną ewidencję produktów, które nie spełniają wymagań dostępności,** w formie papierowej lub elektronicznej. Importer musi uwzględnić w niej nie tylko niezgodności, które sam wykrył, ale także skargi na brak dostępności, które wpłynęły do niego od konsumentów,

- **współpracować z Prezesem Zarządu PFRON i organami nadzoru rynku** w celu usunięcia niezgodności produktu z wymaganiami dostępności. Importer musi także przekazywać na żądanie tych organów odpowiednie informacje i dokumenty, które będą potwierdzać, że dany produkt spełnia wymagania dostępności. Dokumenty te powinny być przygotowane w języku polskim, w formie papierowej lub elektronicznej, i przekazywane organom w określonym przez nie terminie.



Uwaga!

Jeśli importer wprowadza produkt do obrotu pod własną nazwą lub znakiem towarowym albo go modyfikuje, przepisy traktują takiego importera jak producenta. Musi on zatem spełniać dodatkowo obowiązki producenta.

Dystrybutor



Dystrybutor odgrywa bardzo ważną rolę w kontekście Polskiego Aktu o Dostępności. To właśnie on jest ostatecznie odpowiedzialny za to, żeby produkty, które trafiają do konsumentów, były zgodne z wymaganiami dostępności i mogły być używane bez barier przez osoby ze szczególnymi potrzebami.

Obowiązki dystrybutora:

- **weryfikacja zgodności produktu z wymaganiami dostępności**

Zanim dystrybutor udostępni produkt na rynku, musi sprawdzić, czy producent oraz importer wypełnili swoje obowiązki związane z zapewnianiem dostępności. Musi się upewnić, że:

- na produkcie, na jego opakowaniu lub dołączonym dokumencie są zamieszczone informacje umożliwiające identyfikację produktu, a także identyfikację producenta i importera,
- do produktu dołączono lub udostępniono w inny sposób instrukcje użytkowania, etykiety, ostrzeżenia oraz inne informacje, które są zgodne z wymaganiami dostępności,
- producent oraz importer dołączyli dokumentację techniczną produktu, umożliwiającą ocenę zgodności produktu z wymaganiami dostępności,
- wraz z produktem przekazywana jest deklaracja zgodności, która potwierdza spełnianie przez produkt wymagań dostępności i innych wymagań określonych w prawie unijnym,
- na produkcie lub na tabliczce znamionowej umieszczono oznakowanie CE.

- **zapewnienie odpowiednich warunków przechowywania i transportu produktu, które nie wpłyną negatywnie na zgodność produktu z wymaganiami dostępności.**

Co musi zrobić dystrybutor, jeśli produkt nie spełnia wymagań dostępności?

Jeśli dystrybutor ma wątpliwości, czy produkt spełnia odpowiednie wymagania dostępności określone w ustawie, musi:

- **wstrzymać udostępnianie tego produktu na rynku,**
- **zgłosić producentowi, upoważnionemu przedstawicielowi lub importerowi konieczność podjęcia działań naprawczych lub wycofać produkt z obrotu,**
- **poinformować o niespełnianiu wymagań dostępności odpowiedni organ nadzoru rynku.** Dystrybutor musi opisać, w jakim zakresie produkt jest niezgodny z ustawą i poinformować o podjętych działaniach naprawczych albo o decyzji o wycofaniu produktu z rynku,
- **współpracować z Prezesem Zarządu PFRON oraz właściwym organem nadzoru rynku** w celu usunięcia niezgodności produktu z wymaganiami dostępności. Musi także przekazywać na żądanie tych organów odpowiednie informacje i dokumenty, które będą potwierdzać, że dany produkt spełnia wymagania dostępności. Dokumenty te powinny być przygotowane w języku polskim, w formie papierowej lub elektronicznej, i przekazywane organom w określonym przez nie terminie.



Uwaga!

Jeśli dystrybutor wprowadza produkt do obrotu pod własną nazwą lub znakiem towarowym albo dokonuje jego modyfikacji, to jest traktowany jak producent i musi dodatkowo spełniać obowiązki producenta.

Usługodawca



Usługodawca, oferując lub świadcząc usługi wymienione w ustawie, ma obowiązek zapewnić ich zgodność z wymaganiami dostępności. Musi on zadbać nie tylko o to, żeby zaprojektować usługę z uwzględnieniem odpowiednich wymagań, ale także świadczyć ją w sposób dostępny dla jak największej liczby użytkowników i podejmować odpowiednie działania, jeśli trzeba coś poprawić.

Obowiązki usługodawcy:

- **przeprowadzenie oceny zgodności usługi z wymaganiami dostępności.** Pierwszym krokiem jest sprawdzenie, czy oferowana lub świadczona usługa

spełnia wymagania dostępności określone w odpowiednich przepisach ustawy oraz czy mogą z niej bez problemu skorzystać użytkownicy o zróżnicowanych potrzebach,

- **udostępnianie informacji o usłudze.** Po dokonaniu oceny, usługodawca musi przygotować i udostępnić klientom (w sposób spełniający wymagania dostępności) – w regulaminie świadczenia usług lub innym równoważnym dokumencie – informacje o swojej usłudze,



Czym jest inny równoważny dokument?

To dokument, który zawiera informacje o oferowaniu lub świadczeniu danej usługi, inny niż regulamin. Mogą to być na przykład ogólne warunki umów (OWU), polityka usług, polityka dostępności, statut czy warunki świadczenia usług lub sprzedaży. Taki dokument powinien mieć konkretną formę, np. pliku elektronicznego (PDF lub innego dokumentu do pobrania) dostępnego na stronie internetowej usługodawcy albo wersji papierowej dostępnej w stacjonarnym lokalu usługowym. Innym równoważnym dokumentem nie jest zatem sama informacja zamieszczona na stronie internetowej, bez jednoczesnego udostępnienia pełnego dokumentu o odpowiedniej randze.

Informacje te muszą obejmować:

- wszystkie dane niezbędne do korzystania z usługi,
- opis sposobu, w jaki usługa spełnia wymagania dostępności,
- dane o procesie oferowania lub świadczenia usługi oraz jego monitorowania,
- wszelkie dane o dostępności budynków, w których świadczone są usługi i otaczającej je infrastruktury, np. dostępności podjazdów, wind, oznakowań wizualnych czy znaczników dźwiękowych ułatwiających przemieszczanie się i orientację w przestrzeni,
- dane o certyfikacie dostępności, jeśli usługodawca taki posiada.



Czym jest certyfikat dostępności?

To dokument, który potwierdza, że dany podmiot zapewnia w ramach swojej organizacji dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami. Wydawany jest na cztery lata przez uprawnione do tego instytucje. Zawiera m.in. takie informacje jak:

- oznaczenie podmiotu dokonującego certyfikacji;
- dane przedsiębiorstwa;
- numer i oznaczenie certyfikatu;
- skrócony opis zapewnienia dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami;
- okres ważności;
- ewentualne zalecenia w zakresie poprawy dostępności dla osób ze szczególnymi potrzebami.
- Informacje na temat certyfikacji dostępności oraz instytucji uprawnionych do wydawania certyfikatów dostępności znajdują się na stronie internetowej Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej (MFiPR).

- **przechowywanie udostępnianych informacji o usłudze przez cały okres, w którym usługa jest dostępna w ofercie,**
- **uwzględnianie zmian w sposobie świadczenia usługi.** Usługodawca musi uwzględniać zmiany w przepisach oraz aktualizacjach norm zharmonizowanych i specyfikacji technicznych, na podstawie których deklaruje zgodność swojej usługi z wymaganiami dostępności.



Ważne!

Choć ustawa nie zobowiązuje usługodawców do zapewnienia dostępności architektonicznej, już samo informowanie o tym, czy dany lokal jest przystosowany dla osób z niepełnosprawnościami i szczególnymi potrzebami odgrywa bardzo ważną rolę. To wyraz profesjonalizmu firmy, szacunku wobec klientów oraz dbałości o ich komfort.

Nawet jeśli miejsce, w którym usługodawca świadczy usługę nie jest w pełni dostępne, powinien komunikować to uczciwie i przejrzysto. Taka informacja da klientowi szansę, aby odpowiednio zaplanować wizytę albo wybrać inną formę skorzystania z usługi (np. telefonicznie czy online).

Dzięki temu przedsiębiorca uniknie nieprzyjemnych sytuacji, w których klient przychodzi na miejsce i dopiero wtedy orientuje się, że nie może wejść do środka, bezpiecznie poruszać się po budynku czy skorzystać z windy lub toalety.

Co jeśli usługa nie spełnia wymagań dostępności?

Jeśli oferowana lub świadczona usługa nie spełnia wymagań dostępności, zgodnie z ustawą usługodawca powinien:

- **podjąć odpowiednie działania naprawcze.** Należy przeanalizować, jakie wymagania dostępności nie zostały spełnione i postarać się wdrożyć odpowiednie środki, żeby zapewnić zgodność usługi z przepisami Polskiego Aktu o Dostępności,
- **niezwłocznie poinformować o braku dostępności odpowiedni dla swojej działalności organ nadzoru rynku.** Usługodawca musi opisać, jakie wymagania dostępności nie zostały spełnione oraz jakie działania podjął, aby naprawić tę sytuację,
- **współpracować z Prezesem Zarządu PFRON oraz właściwym organem nadzoru rynku** w zakresie podejmowanych działań naprawczych. Na ich żądanie musi również przedstawić wszystkie niezbędne informacje, które potwierdzą zgodność usługi z przepisami o dostępności. Trzeba pamiętać, żeby zrobić to w terminie wskazanym w takim żądaniu.

Lista obowiązków usługodawcy znajduje się w art. 32 i 33 Polskiego Aktu o Dostępności.

Rozdział V

Jakie prawa ma konsument i jak od strony praktycznej wygląda nadzór rynku



W tym rozdziale wyjaśniamy, jakie działania mogą podjąć konsumenci, gdy firmy nie zapewniają dostępności produktów i usług objętych ustawą. Przybliżamy także, jak wygląda system nadzoru rynku nad stosowaniem przepisów ustawy, czyli kto sprawdza, czy przedsiębiorcy przestrzegają przepisów, jak przebiega kontrola dostępności oraz jakie konsekwencje prawne mogą spotkać przedsiębiorców w przypadku naruszenia prawa.

Uprawnienia konsumentów, gdy produkt lub usługa są niedostępne

Dostępne produkty i usługi to **prawo każdego człowieka – ustawa jedynie potwierdza to prawo** w zakresie wybranych produktów i usług oraz nadaje mu konkretny wymiar prawny w postaci obowiązków z jednej strony, oraz uprawnień – z drugiej. Dlatego, jeśli produkt lub usługa nie spełniają odpowiednich wymagań dostępności, konsument może zareagować i dochodzić swoich praw. Jedną z takich ścieżek, które określa ustawa, jest **złożenie bezpośrednio do przedsiębiorcy skargi na brak dostępności produktu lub usługi**.

Skargę ma prawo złożyć konsument, czyli osoba, która kupuje dany produkt albo korzysta z danej usługi. Może przekazać ją do każdego z podmiotów gospodarczych. Jeśli złoży skargę do dystrybutora, ten ma obowiązek przesłać ją przedsiębiorcy, od którego otrzymał produkt do udostępnienia, i poinformować o tym klienta.

Skarga powinna zawierać:

- imię i nazwisko konsumenta,
- dane kontaktowe (adres, e-mail lub numer telefonu) oraz preferowany sposób kontaktu,
- szczegółowe informacje o produkcie lub usłudze,
- wskazanie wymagań dostępności, które nie zostały spełnione,
- żądanie podjęcia działań naprawczych.

Klient może także zasugerować preferowany sposób rozwiązania problemu. Jeśli skarga nie spełnia opisanych formalnych wymagań, przedsiębiorca ma prawo pozostawić ją bez rozpatrzenia.

Zgodnie z ustawą, konsumenci mogą złożyć skargę na kilka sposobów:

- na piśmie: osobiście lub przesyłką pocztową,
- ustnie: telefonicznie lub podczas wizyty w siedzibie przedsiębiorcy,
- elektronicznie: przez wskazane przez przedsiębiorcę środki komunikacji elektronicznej. Przedsiębiorcy powinni więc zadbać o to, żeby podać takie kanały kontaktu do publicznej wiadomości, np. na swojej stronie internetowej.

Przedsiębiorca ma obowiązek rozpatrzenia skargi i zareagowania na nią **w terminie 30 dni**. W przypadku skomplikowanych spraw może wydłużyć ten termin do **maksymalnie 60 dni**, ale musi poinformować konsumenta o powodach zwłoki oraz o nowym terminie odpowiedzi. Jeśli nie dotrzyma terminu, skargę uznaje się za rozpatrzoną zgodnie z żądaniem konsumenta. Przedsiębiorca musi wtedy zapewnić dostępność w ciągu 6 miesięcy od złożenia skargi.

Odpowiedź na skargę powinna zawierać informację o wyniku rozpatrzenia skargi oraz dane i stanowisko pracownika, który nią się zajmował. Jeśli skarga została uwzględniona, to w odpowiedzi przedsiębiorca musi wskazać termin realizacji żądań konsumenta, jednak **nie dłuższy niż 6 miesięcy**. W decyzji odmownej należy podać uzasadnienie prawne i faktyczne jej nieuwzględnienia oraz informacje o prawie do:

- odwołania się od decyzji, jeśli przedsiębiorca przewiduje taką procedurę, oraz o terminie i sposobie złożenia odwołania,
- skorzystania z mediacji lub innych pozasądowych sposobów rozwiązania sporu, jeśli przedsiębiorca oferuje takie rozwiązanie,
- złożenia zawiadomienia do Prezesa Zarządu PFRON.



Zawiadomienie do Prezesa Zarządu PFRON

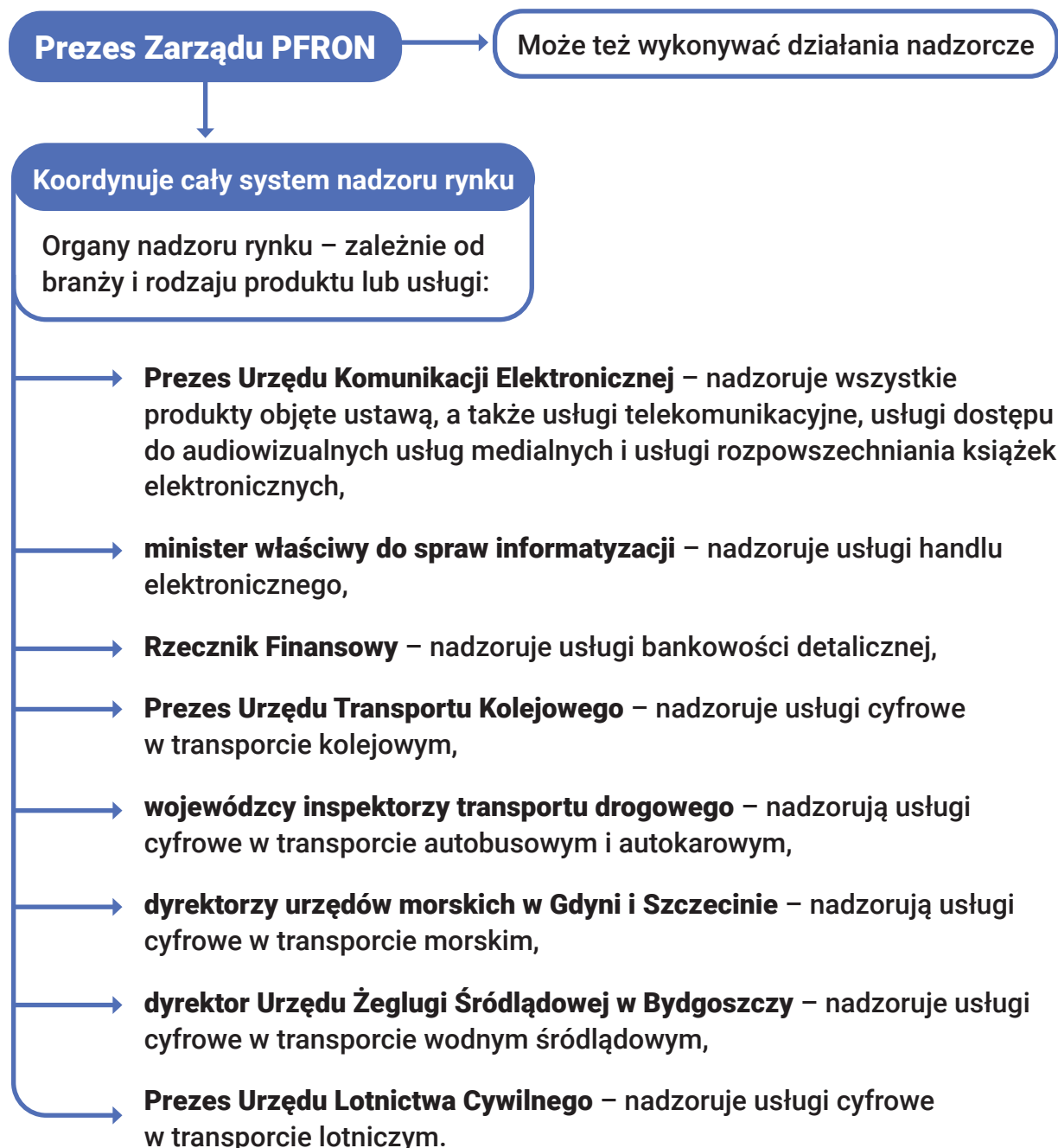
Niezależnie od skargi, każda osoba, która zauważy, że produkt lub usługa nie spełniają wymagań dostępności, może złożyć zawiadomienie o tym fakcie do Prezesa Zarządu PFRON. Taka osoba nie musi korzystać z produktu lub usługi – może zgłosić zawiadomienie, nawet jeśli nie ma w tym własnego interesu. Prezes PFRON ma 30 dni na rozpatrzenie zawiadomienia albo przekazanie sprawy do właściwego organu nadzoru rynku.

Skarga i zawiadomienie to dwa niezależne od siebie sposoby dochodzenia swoich praw. Konsument może wybrać, czy woli zwrócić się z problemem bezpośrednio do przedsiębiorcy, czy od razu poinformować PFRON o możliwym naruszeniu przepisów ustawy przez daną firmę. Mogą także zrobić te dwie rzeczy równolegle.

Warto potraktować skargę **jak reklamację** i informację zwrotną, że coś w produkcie lub usłudze nie działa tak, jak powinno. W ten sposób konsument komunikuje, że napotyka przeszkody w prawidłowym korzystaniu z oferty, a przedsiębiorca może wykorzystać to jako bezcenny sygnał, że można coś ulepszyć oraz postarać się, żeby produkty i usługi odpowiadały na rzeczywiste potrzeby użytkowników. Reagując z otwartością i gotowością do działania, firmy pokazują, że naprawdę słuchają swoich klientów i traktują ich poważnie. A to przekłada się nie tylko na zgodność z przepisami, ale także na realne zaufanie do marki. Jest to też szansa, aby poprawić produkt lub usługę w dwustronnej relacji z konsumentem, **bez angażowania w ten proces organów nadzoru rynku**.

Nadzór i kontrola dostępności produktów i usług

W ustawie wyznaczono organy, które mają za zadanie pilnować, czy przedsiębiorcy zapewniają dostępność produktów i usług oraz czy prawidłowo realizują odpowiednie obowiązki określone w ustawie. W skład tego systemu wchodzi:



W systemie nadzoru rynku są też **organy celne** – pilnują one dostępności produktów spoza UE, które mają zostać wprowadzone do obrotu. Produkty te, przed dotarciem do użytkowników końcowych w UE, są przedstawiane do odprawy celnej w ramach procedury dopuszczenia do obrotu. Celem dopuszczenia do obrotu jest wypełnienie wszystkich formalności przywozowych, tak aby towary mogły zostać udostępnione i być przedmiotem obrotu na rynku unijnym, jak każdy inny produkt wytworzony w UE.

Kontrola dostępności

Jeśli pojawi się sygnał, że produkt lub usługa mogą nie spełniać wymagań dostępności, Prezes Zarządu PFRON lub właściwy organ nadzoru rynku mają prawo przeprowadzić u danego przedsiębiorcy kontrolę. Takim sygnałem może być np. wpłynięcie zawiadomienia o braku dostępności produktu lub usługi, uznanego przez Prezesa Zarządu PFRON za uzasadnione.

Kontrola może obejmować sprawdzenie, czy przedsiębiorca nie tylko zapewnia dostępność swojego produktu lub usługi, ale także czy wywiązuje się z innych obowiązków określonych w ustawie, np. czy odpowiednio stosuje oznakowanie CE i sporządza właściwą dokumentację.

Podczas kontroli osoby, które ją przeprowadzają, mają prawo:

- żądać udostępnienia dokumentów oraz nośników informacji związanych z przedmiotem kontroli, sporządzenia z nich kopii i notatek, a także tłumaczenia tych dokumentów na język polski w zakresie niezbędnym do przeprowadzenia kontroli,
- zapoznawać się z produktami, a także oglądać pomieszczenia i budynki, w których świadczone są usługi,
- weryfikować sposób oferowania lub świadczenia usługi,
- sprawdzać, czy produkty i usługi spełniają wymagania dostępności,
- sprawdzać umieszczenie oznakowania CE,
- legitymować osoby kontrolowane, aby poznać ich tożsamość,
- żądać od przedsiębiorcy pisemnych i ustnych wyjaśnień w wyznaczonym terminie,
- zasięgać opinii biegłych,
- zabezpieczać dowody i produkty,
- pobierać bezpłatnie próbki produktów do badań. Organ, który przeprowadza kontrolę, może poddać produkt badaniom lub zlecić ich przeprowadzenie oraz ponosi koszty tych badań. Uwaga: jeśli jednak w wyniku badania okaże się, że produkt nie spełnia wymagań dostępności, koszty takiego badania ponosi przedsiębiorca, który wprowadził produkt na rynek.

Jeśli kontrola wykaże, że produkt nie spełnia odpowiednich wymagań dostępności, organ, który przeprowadzał kontrolę, sprawdza, czy wcześniej przedsiębiorca dokonał oceny zgodności produktu lub usługi z wymaganiami dostępności lub

oceny, na podstawie której wyłączył się ze stosowania danego wymagania. Jeśli przedsiębiorca nie przeprowadził oceny dostępności produktu lub usługi albo ocena ta zawiera nieprawidłowości, właściwy organ wezwie go do wykonania oceny i przedstawienia jej wyników. Przedsiębiorca będzie miał na to co najmniej 60 dni. Jeśli tego nie zrobi, wszczynane jest **postępowanie administracyjne**.

W przypadku, gdy w wyniku kontroli okaże się, że produkt lub usługa nie spełniają wymagań dostępności lub przedsiębiorca nie wykonał swoich obowiązków, wówczas Prezes Zarządu PFRON lub organ nadzoru rynku może:

- w pierwszej kolejności wezwać przedsiębiorcę do podjęcia **działań naprawczych** i zapewnienia zgodności produktu/usługi z wymaganiami dostępności lub wykonania obowiązków, których przedsiębiorca nie dopełnił. Może także wezwać przedsiębiorcę do wycofania produktu bądź usługi z rynku. Przedsiębiorca musi przedstawić dowody na dokonanie tych czynności w terminie nie dłuższym niż 120 dni od otrzymania wezwania. W przeciwnym razie Prezes Zarządu PFRON lub organ nadzoru rynku mogą wszcząć wobec takiego przedsiębiorcy postępowanie,
- **zakazać dalszego udostępniania produktu lub oferowania/świadczenia usługi** na okres nie dłuższy niż 180 dni,
- **nakazać poinformowanie konsumentów** o niespełnieniu wymagań dostępności lub o zagrożeniu, jakie produkt lub usługa stanowią dla zdrowia lub bezpieczeństwa.

Szczegóły dotyczące przebiegu kontroli są opisane w rozdziale 5 Polskiego Aktu o Dostępności.

Kary finansowe za nieprzestrzeganie wymagań dostępności produktów i usług

Jeśli przedsiębiorca w sposób uporczywy nie wywiązuje się z obowiązków określonych w ustawie, to oprócz zakazu dalszego udostępniania produktu lub oferowania czy świadczenia usługi, Prezes PFRON albo organ nadzoru rynku mogą nałożyć na takiego przedsiębiorcę karę pieniężną.

Wysokość kary może wynieść do dziesięciokrotności przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w Polsce za rok poprzedzający, jednak nie więcej niż 10% obrotu osiągniętego przez przedsiębiorstwo w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, ustalonego według stanu na dzień wydania decyzji.



Wysokość kary

W 2024 r. przeciętne wynagrodzenie w gospodarce narodowej wyniosło 7 140,52 zł. Kara finansowa za brak dostępności w 2025 r. może zatem wynieść maksymalnie **71 405,2 zł**, o ile nie przekracza 10% obrotu danego przedsiębiorstwa w 2024 r.

Aktualne informacje nt. przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w Polsce są dostępne w formie obwieszczeń na stronie internetowej Głównego Urzędu Statystycznego.

Przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej, właściwe organy uwzględniają zakres naruszenia przepisów ustawy, w tym jego wagę, liczbę produktów lub usług, które nie spełniają wymagań dostępności, a także liczbę osób, na które niedostosowanie produktu lub usługi do wymagań dostępności wpływa negatywnie.

Przepisy w zakresie kar pieniężnych znajdują się w rozdziale 6 ustawy.

Rozdział VI

Dobra praktyka – dostępny marketing



Marketing to proces, dzięki któremu firma może dotrzeć do potencjalnych klientów z informacją o swojej ofercie i wartościach, jakie reprezentuje. Oprócz zwiększania sprzedaży, marketing ma na celu również budowanie trwałych relacji z klientami, opartych na zaufaniu i satysfakcji. Działania marketingowe mogą być skierowane do biznesów (B2B, business-to-business) lub nastawione na dotarcie do klientów indywidualnych (B2C, business-to-client). Obok marketingu tradycyjnego, opartego na drukowanych materiałach promocyjnych, reklamach prasowych czy billboardach, coraz większe znaczenie zyskuje marketing cyfrowy, wykorzystujący strony internetowe, media społecznościowe, kampanie e-mailowe czy multimedia. Ważnym nurtem pozostaje także marketing bezpośredni i relacyjny, w którym kluczowe są indywidualne kontakty z klientami – od obsługi w punktach sprzedaży, po wydarzenia promocyjne czy konferencje.

Choć działania marketingowe same w sobie nie są objęte przepisami Polskiego Aktu o Dostępności, ustawa wymaga, aby informacje o oferowanych produktach i usługach były dostępne dla wszystkich. Przedsiębiorcy, którym zależy na tym, żeby skutecznie dotrzeć ze swoją ofertą biznesową do jak największej liczby klientów, powinni zadbać o to, żeby każdy mógł się z nią zapoznać w dogodny dla siebie sposób. Materiały marketingowe zaprojektowane w sposób dostępny będą korzystne przede wszystkim dla osób z niepełnosprawnościami wzroku, słuchu czy trudnościami poznawczymi. Ale zyskają na nich także osoby obcojęzyczne, które lepiej rozumieją proste komunikaty, jak również osoby neuroróżnorodne, które mogą mieć problemy z koncentracją, czy też osoby, które są w pośpiechu i cenią sobie krótki oraz jasny przekaz.

Wdrażanie dostępności w marketingu to nie tylko sposób na dotarcie do większej liczby potencjalnych klientów. To także budowanie wizerunku marki, która dostrzega różnorodne potrzeby swoich klientów, szanuje je i stara się na nie jak najlepiej odpowiedzieć. Są to cechy, na które w dzisiejszych czasach zwraca uwagę coraz większa liczba osób, także tych, które nie mają szczególnych potrzeb, ale cenią społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw.

Marketing tradycyjny

Choć dzisiejszy marketing coraz częściej przenosi się do świata cyfrowego, tradycyjne formy komunikacji wciąż mają ogromne znaczenie w budowaniu wizerunku marki. To one często stanowią pierwszy punkt styku odbiorcy z ofertą – szczególnie w przestrzeni publicznej, w punktach usługowych czy podczas wydarzeń. Dlatego warto zadbać o to, aby z takimi materiałami mogła zapoznać się jak największa liczba osób. W tym przypadku zapewnienie dostępności nie wiąże się z dodatkowymi kosztami – wymaga jedynie świadomości i podjęcia odpowiednich decyzji na etapie projektowania materiałów promocyjnych.



Drukowane materiały reklamowe

Ulotki, broszury oraz inne drukowane materiały reklamowe powinny być jak najbardziej czytelne dla odbiorców. Dlatego w pierwszej kolejności warto zadbać o prostą, bezszeryfową czcionkę o odpowiedniej wielkości, zapewniającą wysoki kontrast między tekstem a tłem. Należy unikać ozdobnych czcionek, które – choć mogą wydawać się atrakcyjne wizualnie – są trudniejsze w odbiorze dla osób słabowidzących, starszych czy z dysleksją. Dobrze jest także pomyśleć o odpowiednim układzie tekstu – podzielić go na krótkie akapity z wyraźnymi nagłówkami, które umożliwią szybkie odnalezienie najważniejszych informacji. Dłuższe, nieprzejrzyste bloki tekstu, mogą przytłoczyć odbiorcę i utrudnić odbiór komunikatu.

Warto też używać prostego języka, który zrozumieją także osoby bez znajomości oferty czy specjalistycznej wiedzy na temat branży, w której dana firma działa. Należy również unikać nadmiernego stosowania elementów graficznych, aby nie wywoływać wrażenia wizualnego chaosu.

Dostępność w marketingu tradycyjnym dotyczy nie tylko samych materiałów, lecz także sposobu ich rozmieszczenia i prezentacji. Plakaty zawieszane zbyt wysoko lub w miejscach trudno dostępnych, ulotki ułożone poza zasięgiem ręki albo nieczytelne tablice informacyjne – to drobne błędy, które mogą całkowicie wykluczyć część odbiorców. Dlatego warto zwracać uwagę na to, by ekspozycja materiałów promocyjnych była przemyślana i dostępna dla wszystkich.

Dobłą praktyką jest także umieszczanie kodów QR, które prowadzą do dostępnych wersji treści online – np. filmów z audiodeskrypcją, napisami lub w uproszczonym języku objaśniającym ofertę. Takie rozwiązanie łączy świat fizyczny z cyfrowym i pozwala każdemu odbiorcy wybrać sposób kontaktu z treścią, który najlepiej odpowiada jego potrzebom.



Reklamy zewnętrzne

Plakaty, billboardy i banery powinny być przede wszystkim widoczne i czytelne z dużej odległości. Warto zastosować możliwie dużą czcionkę, odpowiedni kontrast oraz zadbać o zwięzłość komunikatu.

Dobrze jest pamiętać, że odbiorca ma zwykle tylko kilka sekund, by zapoznać się z przekazem – np. przechodząc ulicą, jadąc rowerem czy samochodem. Zwięzłość, prostota i wyrazistość graficzna są tu kluczowe.

Jeśli w swojej kampanii reklamowej przedsiębiorca wykorzystuje ekrany cyfrowe, powinien unikać migających, pulsujących lub zbyt jasnych efektów świetlnych, które mogą być uciążliwe, a w niektórych przypadkach nawet niebezpieczne – szczególnie dla osób z epilepsją fotogenną, nadwrażliwością sensoryczną czy problemami ze wzrokiem. Dobłą praktyką jest zachowanie umiarkowanego tempa zmian obrazu, odpowiedniego poziomu kontrastu i oświetlenia oraz testowanie treści pod kątem komfortu wizualnego.



Reklama radiowa i telewizyjna

Klasyczne media, takie jak radio i telewizja, wciąż mają duży zasięg i siłę oddziaływania. W reklamach radiowych warto dbać o klarowność przekazu – wyraźną dykcję, odpowiednie tempo mówienia i unikanie nadmiaru informacji w krótkim czasie.

W przypadku telewizji i wideo coraz większego znaczenia nabierają napisy, a także tłumaczenie na PJM dla osób głuchych lub z niedosłuchem oraz audiodeskrypcja opisująca obraz dla osób niewidomych lub słabowidzących. Takie rozwiązania nie tylko poszerzają grono odbiorców reklamy, ale też budują wizerunek marki jako otwartej i odpowiedzialnej społecznie.

Marketing cyfrowy

Marketing cyfrowy to dziś jedna z najważniejszych form komunikacji z klientami i prezentacji swojej marki. Obejmuje wszystkie działania prowadzone z wykorzystaniem Internetu oraz urządzeń elektronicznych – od stron internetowych, mediów społecznościowych i kampanii mailingowych, po reklamy w wyszukiwarkach, podcasty, webinary czy materiały wideo. Firma, która realizuje działania marketingowe w Internecie, powinna wziąć pod uwagę, że nie każda osoba korzysta z urządzeń elektronicznych i materiałów cyfrowych w ten sam sposób, i postarać się dostosować przekaz do różnych możliwości i preferencji klientów.

- Należy zadbać o to, żeby strony internetowe i aplikacje mobilne firmy były zgodne z aktualnymi wytycznymi dla treści cyfrowych (WCAG). Trzeba upewnić się, że:
 - zdjęcia, ilustracje, wykresy, schematy oraz wszystkie inne elementy graficzne mają opisy alternatywne,
 - nawigacja po stronie internetowej lub aplikacji jest intuicyjna i możliwa tylko za pomocą klawiatury,
 - treści są możliwe do odebrania przy użyciu narzędzi wspomagających, np. czytników ekranu,
 - treści wyświetlają się poprawnie w różnych przeglądarkach i na różnych urządzeniach (np. nie tylko na komputerze, ale również na smartfonie czy tablecie),
 - multimedia (takie jak filmy i nagrania) zawierają również napisy. W miarę możliwości warto także dodać do nich tłumaczenie na PJM oraz audiodeskrypcję opisującą obraz. W przypadku podcastów i nagrań audio dobrze jest rozważyć publikację transkrypcji tekstowej, która umożliwi odbiór treści osobom z niepełnosprawnością słuchu lub preferującym czytanie.

- Przedsiębiorcy powinni postarać się, żeby **wpisy w mediach społecznościowych** zawierały jasne, proste w odbiorze komunikaty. Powinni także wziąć pod uwagę, żeby treści nie były przekazywane wyłącznie w formie (info)grafik, ale zawierały również jasny komunikat tekstowy. Do relacji, rolek i materiałów wideo dobrze jest dodawać napisy, a tam, gdzie to możliwe, zapewnić tłumaczenie na PJM. Ważne jest unikanie zbyt szybkich, migających efektów lub nadmiaru animacji, które mogą utrudniać odbiór osobom z nadwrażliwością sensoryczną. Dobrą praktyką jest także tworzenie postów w sposób przemyślany wizualnie – z wysokim kontrastem, czytelną typografią i prostym językiem.
- Firmy powinny zadbać o zamieszczanie na swoich kanałach treści, które angażują różne zmysły (np. podcasty, które będą dobrym rozwiązaniem dla osób słabowidzących).
- W komunikacji e-mailowej (np. newsletterach) przedsiębiorcy powinni stosować prosty, zrozumiały język i dbać o przejrzystość układu wiadomości. Należy unikać grafik zawierających tekst, a w przypadku zdjęć i ilustracji dodawać alternatywne opisy. Dobrze jest też zadbać o odpowiedni kontrast kolorów oraz wielkość czcionki, by treść była czytelna na różnych urządzeniach.

Warto porozmawiać z osobami, które prowadzą strony internetowe, media społecznościowe i inne kanały cyfrowe firmy, aby za każdym razem, kiedy publikują treści, miały na uwadze ich dostępność. Jeśli przedsiębiorca zatrudnia informatyków, dobrze poprosić ich, żeby sprawdzili kanały komunikacji pod względem dostępności cyfrowej. Niewykluczone, że znają te standardy, ale nie mieli świadomości, że należy je stosować, bo nikt dotychczas tego od nich nie wymagał. Można także samodzielnie zrobić przegląd dostępności za pomocą darmowych, dostępnych w Internecie programów, list kontrolnych (tzw. checklist) i innych narzędzi, które pomogą wykryć ewentualne błędy.

Marketing bezpośredni i B2C

W dzisiejszym świecie, w którym dbałość o klienta i jego potrzeby odgrywają kluczową rolę w budowaniu zaufania do marki, dostępność w marketingu bezpośrednim i B2C staje się coraz ważniejszą kwestią. Dotyczy ona nie tylko tworzenia czytelnych treści reklamowych czy łatwych w nawigacji stron internetowych. To całościowe podejście do komunikacji z klientem, w tym sposób jego obsługi, prowadzenia spotkań czy organizacji wydarzeń promocyjnych.

W tej części przedstawiamy kilka wskazówek, które warto wziąć pod uwagę w bezpośrednim kontakcie z klientem:

- zadbanie o różne sposoby kontaktu. Należy pamiętać, że klienci firmy mogą mieć różne możliwości w zakresie komunikacji. Np. niektóre osoby będą preferować rozmowę telefoniczną, ale dla osób głuchych, słabosłyszących

lub z niepełnosprawnością mowy taka forma może być całkowicie niemożliwa do zrealizowania. Wprowadzenie kilku różnych sposobów komunikacji – takich jak e-mail, formularz kontaktowy na stronie, SMS, komunikator czy wideorozmowa (z możliwością udziału tłumacza PJM) – sprawi, że każdy będzie mógł skontaktować się z firmą w dogodny dla siebie sposób,

- w przypadku organizacji wydarzenia, takiego jak targi, szkolenia czy konferencje, warto założyć od początku, że wśród jego uczestników mogą znaleźć się osoby ze szczególnymi potrzebami, w tym z niepełnosprawnościami. Dlatego już na etapie planowania wydarzenia należy zadbać o takie aspekty, jak:
 - **Miejsce wydarzenia wraz z otaczającą je infrastrukturą.** Warto zwrócić uwagę, aby było jak najlepiej dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami, np. pozbawione barier dla osób poruszających się na wózkach, z obniżoną częścią rejestracyjną, niskimi stolikami i miejscami siedzącymi w części cateringowej, dostosowanymi toaletami, pętlą indukcyjną oraz oznaczeniami dla osób niewidomych (np. dotykowymi lub dźwiękowymi). Należy też zapewnić możliwość swobodnego wejścia na wydarzenie z psem asystującym i odpowiednie warunki dla zwierzęcia, np. przestrzeń dla odpoczynku i dostęp do wody. Jeśli charakter wydarzenia na to pozwala, dobrze jest umożliwić także udział w innej formie, np. online, z tłumaczeniem na PJM oraz napisami na żywo.
 - **Dostępny formularz rejestracyjny i uwzględnianie potrzeb uczestników spotkania** – po pierwsze, należy zadbać o to, żeby formularz spełniał wymagania dostępności i żeby można było go obsłużyć np. przy użyciu samej klawiatury czy z wykorzystaniem czytnika ekranu. Po drugie – warto zadać w formularzu pytanie, czy uczestnik potrzebuje dodatkowych udogodnień (takich jak np. pętla indukcyjna, tłumaczenie na PJM, napisy na żywo, możliwość przyścia z psem przewodnikiem czy zapewnienie asystenta na czas wydarzenia). Jeśli przedsiębiorca otrzyma takie zgłoszenia, powinien zapewnić te elementy i poinformować o tym zainteresowane osoby. Jeśli wydarzenie nie wymaga zapisów, dobrze jest zapewnić jak najwięcej udogodnień z góry i zamieścić odpowiednią informację np. na stronie internetowej wydarzenia, co pomoże osobom ze szczególnymi potrzebami zaplanować swój udział.
 - **Materiały udostępniane klientom** – warto zadbać o to, żeby wszystkie dokumenty, broszury, prezentacje i inne materiały, które są przekazywane klientom, spełniały wymagania dostępności. Dobrze też być otwartym na zapewnianie takich materiałów w alternatywnych formatach, np. w druku powiększonym, w alfabecie Braille’a czy w uproszczonym języku.

Szkolenia zespołu z zakresu dostępności. Warto zadbać o to, żeby cały zespół, a w szczególności osoby, które odpowiadają w firmie za bezpośredni kontakt z klientem – niezależnie od tego, czy jest to obsługa osobista, telefoniczna czy mailowa – miały odpowiednią wiedzę z zakresu komunikacji z osobami z niepełnosprawnościami. Powinny być przygotowane na obsługę klientów, którzy mają różnorodne potrzeby komunikacyjne, i umieć profesjonalnie oraz empatycznie dostosowywać się do sytuacji, bez oceniania drugiej osoby. Jeśli w organizacji wdrożono udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami, takie jak np. systemy komunikatów dźwiękowych dla osób niewidomych czy pętle indukcyjne dla osób z niepełnosprawnością słuchu, należy upewnić się, że zespół umie je prawidłowo obsługiwać i w razie potrzeby pomóc danej osobie z nich skorzystać.

Rozdział VII

Środki na większą dostępność – wsparcie z Funduszy Europejskich



Zadbanie o to, by produkty i usługi były dostępne dla wszystkich to nie tylko wymóg prawny, ale też ogromna szansa rozwojowa. Dla wielu firm może to jednak być wyzwanie – zarówno organizacyjne, jak i finansowe.

Aby ułatwić przedsiębiorcom ten proces, MFiPR, wspólnie z Bankiem Gospodarstwa Krajowego (BGK) i Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), przygotowało zestaw programów, które pomagają wprowadzać rozwiązania zwiększające dostępność¹². Programy te finansowane są ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR) oraz Europejskiego Funduszu Społecznego Plus (EFS+). Dzięki nim przedsiębiorcy mogą skorzystać z dotacji, preferencyjnych pożyczek oraz wsparcia szkoleniowo-doradczego, czyli konkretnych narzędzi, które pomagają inwestować w nowoczesne technologie, rozwój kompetencji pracowników i rozwiązania przyjazne dla wszystkich klientów.

Wsparcie jest dostępne dla **mikro-, małych, średnich i dużych firm**.

Preferencyjne pożyczki na dostępność

Jednym z instrumentów wsparcia jest pożyczka na preferencyjnych warunkach w ramach projektu „Dostępność Plus – Europejskie pożyczki dla przedsiębiorców”, realizowanego przez BGK we współpracy z pośrednikami finansowymi.

Projekt jest częścią programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021–2027 (działanie 03.06 „Europejskie pożyczki dla przedsiębiorców na dostępność”), współfinansowanego ze środków EFS+.

○ Na co można otrzymać pożyczkę?

Finansowanie jest dostępne dla przedsiębiorców, którzy chcą zwiększyć dostępność swojej działalności w trzech obszarach:

- architektonicznym (np. dostosowanie lokalu usługowego),
- cyfrowym (np. poprawa dostępności strony internetowej lub aplikacji),
- komunikacyjno-informacyjnym (np. wprowadzenie nowych form komunikacji z klientem).

○ Najważniejsze warunki:

- Maksymalna kwota pożyczki: do 1 mln zł (nie trzeba ubiegać się o całość od razu).

12 Informacje o aktualnych naborach i konkursach dotyczących dostępności są dostępne na stronie <https://www.funduszeunijne.gov.pl/strony/o-funduszach/fundusze-europejskie-bez-barier/dostepnosc/dzialania-na-rzecz-dostepnosc/nabory-konkursy-i-zamowienia/nabory/aktualne-nabory-i-konkursy/>

- Oprocentowanie: tylko 0,15% w skali roku.
- Spłata: do 7 lat (dla pożyczek poniżej 500 tys. zł) lub do 10 lat (dla wyższych kwot).
- Karencja w spłacie: do 12 miesięcy.
- Możliwość częściowego umorzenia kapitału do 30% kapitału pożyczki:
 - ▶ 15% po prawidłowym zrealizowaniu inwestycji i rozliczeniu wydatków finansowanych pożyczką,
 - ▶ 15 % w przypadku uzyskania certyfikatu dostępności.

○ Warto pamiętać o audycie

Warunkiem uzyskania pożyczki jest przeprowadzenie audytu dostępności *ex ante*, czyli przed złożeniem wniosku. Audyt pomoże określić zakres inwestycji i wyznaczyć priorytety. Można go przeprowadzić samodzielnie albo zlecić zewnętrznej firmie lub instytucji certyfikującej. Koszt audytu można pokryć z pożyczki.

Dotacje na szkolenia i doradztwo

Przedsiębiorcy mogą również skorzystać z dotacji na rozwój kompetencji w ramach działania „Kadry nowoczesnej gospodarki” (Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego, Priorytet 01. Umiejętności).

Dostępne są dwa główne rodzaje wsparcia:

1. **Uniwersalne projektowanie towarów i usług** – szkolenia oraz doradztwo z zakresu dostosowania produktów i usług do potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami,
2. **Dyrektywa EAA** – wsparcie dla firm, które muszą wdrożyć wymogi Europejskiego Aktu o Dostępności (EAA) do swojej działalności.

Środki są zarządzane przez MFIPR, a za ich wdrażanie odpowiada PARP, która wybrała już operatorów do realizacji działań szkoleniowo-doradczych.

Dotacje na innowacje

Dla firm, które chcą opracować lub wdrożyć innowacyjne rozwiązania poprawiające dostępność dla osób ze szczególnymi potrzebami, dedykowany jest konkurs „Dostępność” w ramach działania „Ścieżka SMART”.

To część programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki (FENG), który wspiera badania, wdrażanie innowacji, cyfryzację, zieloną transformację i rozwój kompetencji.

W konkursie można realizować projekty z maksymalnie siedmiu modułów, obejmujących m.in.:

- przestrzeń cyfrową,
- budynki,
- systemy informacyjno-komunikacyjne,
- produkty, usługi i procesy.

Wsparcie obejmuje m.in.:

- prace badawczo-rozwojowe i wdrożeniowe,
- rozwój infrastruktury badawczej,
- transformację cyfrową lub ekologiczną,
- internacjonalizację,
- szkolenia i rozwój kompetencji.

Dla MŚP (małych i średnich przedsiębiorstw) obowiązkowy jest co najmniej jeden moduł B+R (Badawczo-Rozwojowy) lub wdrożenie innowacji, natomiast pozostałe (np. promocja czy ochrona własności przemysłowej) są fakultatywne.

Środki pochodzą z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, a wdrażaniem zajmują się:

- **PARP** – dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw,
- **NCBR** – dla dużych firm.

Rozdział VIII

**Polityka spójności dla wszystkich –
dostępność jako zasada i cel**



Dostępność jako zasada w zapewnianiu równości szans i niedyskryminacji

Unia Europejska opiera się na wspólnych wartościach – poszanowaniu godności człowieka, wolności, demokracji, równości i praworządności. Ochrona praw człowieka jest podstawą jej działania. Jednym z kluczowych sposobów realizacji tych wartości jest **zasada równości szans i niedyskryminacji**, obowiązująca we wszystkich działaniach UE.

Oznacza ona, że każdy – niezależnie od płci, wieku, stanu zdrowia, pochodzenia, wyznania czy niepełnosprawności – ma mieć **równy dostęp** do edukacji, pracy, transportu, usług publicznych czy informacji. W tym kontekście **dostępność** jest warunkiem równego traktowania – bez niej nie można w pełni uczestniczyć w życiu społecznym, zawodowym czy kulturalnym.

Brak dostępności to w praktyce zgoda na istnienie barier utrudniających korzystanie z przestrzeni, informacji lub usług, a tym samym to również **forma dyskryminacji**.

Może ona przybierać różne formy:

- **barier architektonicznych** – np. brak podjazdów, wind, sygnalizacji dźwiękowej czy niskopodłogowego transportu,
- **barier cyfrowych** – niedostępne strony internetowe, aplikacje lub dokumenty,
- **barier społecznych** – stereotypy, brak wiedzy czy niechęć do dostosowań.

Dlatego dostępność to nie tylko kwestia techniczna – to **podstawa równego korzystania z praw człowieka i obywatela**.

Zasady równości i dostępności wynikają bezpośrednio z unijnych aktów prawnych:

- **art. 10 Traktatu o Funkcjonowaniu UE (TFUE)** zobowiązuje UE do zwalczania wszelkich form dyskryminacji,
- **Karta Praw Podstawowych UE** w art. 21 zakazuje dyskryminacji, a w art. 26 gwarantuje osobom z niepełnosprawnościami prawo do integracji społecznej i zawodowej,
- **Konwencja ONZ o prawach osób z niepełnosprawnościami (KPON)**, ratyfikowana przez UE oraz wszystkie państwa członkowskie UE, zobowiązuje państwa do usuwania barier i zapewnienia równego dostępu do wszystkich sfer życia.

Jak dostępność wpisuje się w politykę spójności

Polityka spójności Unii Europejskiej – nazywana też polityką regionalną – to jeden z głównych mechanizmów wspierających rozwój społeczny i gospodarczy państw członkowskich. Jej celem¹³ jest zmniejszanie różnic między regionami i zapewnianie harmonijnego rozwoju całej Unii.

Finansowanie odbywa się głównie z trzech funduszy:

- Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR),
- Europejskiego Funduszu Społecznego Plus (EFS+),
- Funduszu Spójności.

Środki te wspierają inwestycje w infrastrukturę, edukację, rynek pracy, innowacje i działania społeczne – w tym te, które zwiększają dostępność oraz równość szans.

Zgodnie z rozporządzeniem UE dotyczącym wspólnych przepisów o funduszach UE¹⁴, wszystkie projekty finansowane z polityki spójności muszą być zgodne z zasadami równości szans i dostępności. Oznacza to, że beneficjenci, którzy korzystają z funduszy unijnych, mają obowiązek stosować rozwiązania zapewniające dostępność produktów, usług i przestrzeni – m.in. w oparciu o ustawę Polski Akt o Dostępności.

Standardy dostępności 2021–2027

Aby ułatwić stosowanie tych zasad, wprowadzono Standardy dostępności dla polityki spójności 2021–2027 – załącznik do Wytycznych dotyczących realizacji zasad równościowych¹⁵.

13 Zgodnie z art. 174 Traktatu o Funkcjonowaniu UE.

14 Rozporządzenie (UE) 2021/1060 ustanawiające wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego Plus, Funduszu Spójności, Funduszu na rzecz Sprawiedliwej Transformacji i Europejskiego Funduszu Morskiego, Rybackiego i Akwakultury, a także przepisy finansowe na potrzeby tych funduszy oraz na potrzeby Funduszu Azylu, Migracji i Integracji, Funduszu Bezpieczeństwa Wewnętrznego i Instrumentu Wsparcia Finansowego na rzecz Zarządzania Granicami i Polityki Wizowej.

15 Dokumenty te można znaleźć pod tym linkiem: <https://www.funduszeunijne.gov.pl/stromy/o-funduszach/fundusze-na-lata-2021-2027/prawo-i-dokumenty/wytyczne/wytyczne-dotyczace-realizacji-zasad-rownosciovych-w-ramach-funduszy-unijnych-na-lata-2021-2027/>

To zestaw praktycznych wymagań i wskazówek, które pomagają zapewnić, że projekty finansowane z funduszy UE są dostępne dla wszystkich, w tym osób z różnymi niepełnosprawnościami – ruchowymi, wzrokowymi, słuchowymi, intelektualnymi czy komunikacyjnymi.

Standardy są **obowiązkowe dla wszystkich beneficjentów**, od etapu planowania projektu po jego realizację i rozliczenie. Założenie, że „nikt z niepełnosprawnością się nie zgłosi” jest niedopuszczalne, a odmowa udziału w projekcie z powodu barier może zostać uznana za dyskryminację.

W praktyce stosowanie standardów oznacza korzystanie z zasad:

- **uniwersalnego projektowania** – czyli tworzenia rozwiązań użytecznych dla wszystkich bez potrzeby specjalnych adaptacji, lub
- **racjonalnych usprawnień** – czyli wprowadzenia niezbędnych dostosowań, gdy pełna dostępność nie jest możliwa.

Dzięki temu każdy – niezależnie od ewentualnych szczególnych potrzeb – może wziąć udział w projekcie i korzystać z jego efektów.

W omawianym dokumencie wyróżniamy pięć obszarów standardów dostępności:

- 1. Standard szkoleniowy** – zapewnia dostępność szkoleń, warsztatów i doradztwa,
- 2. Standard informacyjno-promocyjny** – gwarantuje dostępność materiałów informacyjnych i wydarzeń promocyjnych w różnych formatach,
- 3. Standard transportowy** – określa wymagania dla dostępnego transportu publicznego i infrastruktury komunikacyjnej,
- 4. Standard cyfrowy** – dotyczy stron internetowych, aplikacji, dokumentów elektronicznych i multimediiów,
- 5. Standard architektoniczny** – obejmuje dostępność budynków i przestrzeni, w tym miejsc parkingowych dla osób z niepełnosprawnościami.

Kontrola i monitorowanie

Instytucje zarządzające funduszami unijnymi **monitorują przestrzeganie standardów dostępności**. Beneficjenci muszą wykazać, że ich projekty są zgodne z zasadami już na etapie wniosku o dofinansowanie, a także podczas realizacji i rozliczania projektu. Brak spełnienia wymogów dostępności może prowadzić do uznania części wydatków za niekwalifikowalne.

Krótkie podsumowanie

Mamy nadzieję, że dzięki temu podręcznikowi przedsiębiorcy poszerzą wiedzę na temat nowych obowiązków określonych w Polskim Akcie o Dostępności i zyskają świadomość, że zgodność produktów i usług z wymaganiami to nie tylko obowiązek prawny, lecz także sposób na poprawę wizerunku firmy, zwiększenie liczby klientów, jak również dostosowanie się do rosnących oczekiwań rynku. To inwestycja w przyszłość oraz element zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu.

Wdrożenie wymagań ustawy to proces, który warto rozpocząć jak najszybciej. Nowe przepisy obowiązują już od 28 czerwca 2025 r. Należy więc sprawdzić, jakie zmiany trzeba wprowadzić w swojej firmie. Można skorzystać przy tym ze wsparcia, które jest oferowane z funduszy polityki spójności UE.

Nie trzeba być ekspertem od dostępności, aby zacząć. Najważniejsze jest zaangażowanie, świadomość i chęć wprowadzania ulepszeń. Wiedza z tego podręcznika jest podstawą do dalszych działań, jednak można sięgać po dodatkowe wsparcie – konsultantów, ekspertów, narzędzia i dobre praktyki, które pomogą osiągnąć cel, jakim jest zapewnienie dostępnych produktów i usług. Dzięki zaangażowaniu i wprowadzonym zmianom przedsiębiorcy mogą zbudować bardziej otwarte i przyjazne środowisko, z którego skorzystają wszyscy użytkownicy.

Zapraszamy do regularnego odwiedzania [strony internetowej MFiPR](#), gdzie znajduje się wiele aktualnych informacji i materiałów na temat dostępności. Polecamy również stronę [internetową PFRON](#), w tym [sekcję FAQ](#), w której można znaleźć odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania dotyczące Polskiego Aktu o Dostępności.

